
ANALISIS MANAJEMEN *EVENT*: Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019

Uljanatunnisa¹, Lusya Handayani², Vidya Alisya³

¹Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

³Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Email : uljanatunnisa@upnvj.ac.id

How to Cite This Article

Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisya, V. (2020). ANALISIS MANAJEMEN *EVENT*: Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95-112.

DOI: 10.33021/exp.v3i1.1068

Received: 30-05-2020

Revision: 20-08-2020

Acceptance: 03-09-2020

Published online: 22-11-2020

English Title: *Event Management Analysis: Case Study of CSR Program Wirausaha Muda Mandiri 2019*

ABSTRACT. *This study aims to analyze Bank Mandiri's event management in the 2019 Mandiri Young Entrepreneur CSR program. Joe Goldblatt's planning model becomes the approach used by researchers to analyze which consists of research, design, planning, coordinating, evaluation. Data collection techniques carried out in the form of literature study, interviews, and observations. Literature study comes from previous research that has been done. The observations were made during the event planning and event implementation in October. Interviews were conducted with Bank Mandiri's Head of Corporate Event, chief executive of CSR and NET TV's Project Leader. The findings generally obtained are the processes and stages of Bank Mandiri in implementing event management at 2019 Mandiri Young Entrepreneurs. The diversity of business types and the large number of participants, shows that this event can increase entrepreneurial interest.*

Keywords: *Entrepreneurship, Event Management, Mandiri Young Entrepreneurs*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen *event* Bank Mandiri pada program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019. Model perencanaan Joe Goldbatt menjadi pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis yang terdiri dari *research, design, planning, coordinating, evaluation*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa studi pustaka, wawancara, dan observasi. Studi pustaka berasal dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Observasi dilakukan pada saat perencanaan *event* dan pelaksanaan *event* di bulan Oktober. Wawancara dilakukan dengan *Head of Corporate Event* Bank Mandiri, ketua pelaksana dari CSR dan *Project Leader* NET TV. Hasil temuan yang didapat secara umum adalah proses dan tahapan Bank

Mandiri dalam melaksanakan manajemen *event* pada Wirausaha Muda Mandiri 2019. Keberagaman jenis usaha dan banyaknya jumlah peserta, menunjukkan bahwa *event* ini dapat meningkatkan minat kewirausahaan.

Kata Kunci: *Manajemen Event, kewirausahaan, Wirausaha Muda Mandiri*

PENDAHULUAN

Program *corporate social responsibility* (CSR) Wirausaha Muda Mandiri (WMM) oleh PT Bank Mandiri sudah dilakukan sejak tahun 2007, program CSR ini sebagai wujud kepedulian lembaga untuk membantu pemerintah dalam mengembangkan kewirausahaan di Indonesia yang difokuskan pada generasi muda atau dengan kata lain program ini bertujuan untuk menciptakan wirausaha muda di Indonesia (Gautama & Bangun, 2012).

Program CSR WMM merupakan program utama Bank Mandiri selama satu dekade, terselenggaranya program ini untuk mendukung program pemerintah membentuk masyarakat yang mandiri khususnya kalangan anak muda. Memilih anak muda sebagai peserta *event* disebabkan bahwa Negara Indonesia memiliki surplus demografi usia produktif yang berpotensi untuk dikembangkan (Bank Mandiri, 2019).

CSR memang menjadi gagasan utama dalam interaksi bisnis dan masyarakat selama beberapa dekade, di mana CSR dapat memberikan dampak positif dalam dinamika perekonomian nasional (Skouloudis et al., 2014). CSR umumnya diistilahkan dengan kata “keberlanjutan” yang selanjutnya diperkuat oleh PBB dengan kata “pembangunan yang berkelanjutan” (Duthler & Dhanesh, 2018). Selain itu, CSR jug merupakan sebuah tindakan perusahaan yang secara sukarela diciptakan untuk memperbaiki kondisi sosial serta untuk memastikan bahwa warga negara dapat diberdayakan (Ngoepe-Ntsoane, 2018). CSR memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat karena CSR diyakini secara luas dapat mendukung pembangunan ekonomi masyarakat hingga perbaikan kualitas kehidupan karyawan, keluarga karyawan, komunitas hingga masyarakat yang lebih luas (Prajarto, 2015)

Mengusung tema “Berani Muda, Berani Berkarya” *event* WMM tahun 2019 menjadi wujud konsistensi Bank Mandiri dalam menebar inspirasi berwirausaha kepada generasi muda. Menurut Agus Dwi Handa, pihak Bank Mandiri berharap program ini menjadi sebuah media aktualisasi sekaligus promosi atas inovasi dan kreasi diri bagi para generasi muda (CNBC Indonesia, 2019). Kompetisi WMM yang telah berjalan lebih dari satu dekade telah mencatat lebih dari 36.000 wirausaha muda dari 656 perguruan tinggi di seluruh Indonesia yang telah menjadi bagian dari komunitas ini, baik sebagai juara maupun peserta.

Event WMM dilaksanakan mulai 6 September 2019 hingga 11 Oktober 2020 yang terdiri dari 4 tahapan: (1) *roadshow*, (2) Administrasi (3) Penjurian dan (4) malam penganugerahan. Empat tahapan tersebut merupakan tahapan inti program CSR WMM yang diketahui oleh khalayak, namun kesuksesan *event* WMM tentunya tidak hanya

mengacu pada empat kegiatan. Perlu diketahui bahwa jauh sebelum dimulainya *event* tentunya terdapat tahapan - tahapan yang dilakukan hingga menghasilkan sebuah rangkaian *event* yang menarik dan sukses.

Agar sebuah *event* berjalan efektif dan berdampak positif bagi peserta, dibutuhkan proses yang baik. Bukan hanya pada pelaksanaannya saja, tetapi meliputi keseluruhan proses. Sering kali, orang melihat sebuah *event* berjalan dengan sukses hanya dari luarnya saja, tetapi hanya sedikit pengetahuan mengapa *event* tersebut sukses. *Event* dimaknai sebagai sebuah peristiwa sementara yang dibatasi waktu, terencana, dan dipublikasikan (Getz, 2008). Smith (2017) merangkum beberapa faktor keberhasilan sebuah *event*, yaitu berhasil menciptakan pengalaman kepada peserta, logistik, dan manajemen. Untuk memastikan proses *event* berjalan sukses, maka perlu dilakukan pengelolaan *event* atau umumnya disebut manajemen *event*.

Kajian tentang *event* merupakan fenomena yang relatif baru, meskipun demikian fokus kajian ini berkembang dengan cepat. Namun, sebagian besar *trend* kajian *event* masih difokuskan pada *event* destinasi, misalnya pada tahun 2013 sebesar 18,99 % fokus pada *event-event* destinasi. Sedangkan kajian tentang perencanaan hingga evaluasi hanya sekitar 5.04% dan beberapa saran penelitian difokuskan pada perencanaan *event*, evaluasi *event*, *event-event* pendidikan hingga teknologi (Getz & Page, 2014). Mengacu pada ungkapan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menambah fokus kajian *event* yang dikhususkan pada pola perencanaan hingga evaluasi. Sebagaimana tujuan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis manajemen *event* Bank Mandiri, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat faktor-faktor penghambat program WMM. Hal penting lainnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pembaca bahwa sebuah *event* yang sukses harus dikelola dengan baik mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Menurut Goldbatt (2002), manajemen *event* adalah kegiatan profesional yang mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, memuat desain kegiatan, melakukan perencanaan, dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Terdapat 5 tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan sebuah *event*, yaitu penelitian (*riset*), perencanaan (*planning*), desain (*design*), koordinasi (*coordinating*), dan evaluasi (*evaluation*)

Goldbatt (2002) menjelaskan bahwa sukses sebuah *event* harus dikelola dengan baik serta mengikuti tahapan-tahapan di atas, dimulai dari kegiatan riset hingga evaluasi. Riset menurut Goldbatt (2002) adalah sebuah upaya yang harus dilakukan untuk meminimalisir kegagalan-kegagalan yang mungkin terjadi. Selain itu penelitian juga digunakan untuk menentukan keinginan, tujuan, dan target khalayak yang ingin dicapai. Sedangkan perencanaan diperlukan agar *event* yang berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pada tahap ini adalah tahap yang memakan waktu paling lama. Perencanaan sering kali

mengalami perubahan baik itu pengurangan atau penambahan sesuai dengan kondisi yang ada di lokasi.

Tahap selanjutnya adalah desain. Perancangan *event* yang spektakuler memerlukan kreativitas yang luar biasa dari pelaksananya. Segala aspek dekorasi harus dipikirkan secara matang agar dapat memenuhi ekspektasi dari para pemangku kepentingan. Selanjutnya, koordinasi yang baik diperlukan untuk menjalankan sebuah *event*. Tanpa adanya koordinasi, *event* tidak akan berjalan sesuai dengan harapan. Penyelenggara harus membentuk dan melatih sumber dayanya agar memiliki kemampuan koordinasi yang baik.

Proses terakhir dari tahapan manajemen *event* adalah evaluasi. Evaluasi diperlukan untuk mengetahui kekurangan-kekurangan yang terjadi pada saat jalannya *event*, sehingga hal ini dapat menjadi pembelajaran ketika mengadakan *event-event* berikutnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penggunaan metode ini didasarkan pada pemikiran induktif (Bungin, 2012) yang mencangkup pendekatan naturalistik terhadap subjek kajian untuk menginterpretasikan fenomena yang ada (Denzim & Linclon, 2009). Sedangkan metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Mengacu pada ungkapan Stake, studi kasus berarti mengkaji kasus sekaligus hasil dari proses kajian tersebut (Denzim & Linclon, 2009). Melalui studi kasus, penelitian ini diharapkan mendapatkan daya yang lebih dalam dan spesifik untuk mengkaji pengelolaan *event* program CSR Wirausaha Muda Mandiri oleh Bank Mandiri.

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Teknik tersebut digunakan peneliti karena peneliti berhubungan langsung dengan subjek yang diteliti. Wawancara secara mendalam dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi dan data-data semaksimal mungkin agar dapat memperoleh hasil penelitian sebaik mungkin. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur. Peneliti memilih wawancara tidak terstruktur untuk menghindari ketidaknyamanan informan saat dilakukan proses wawancara. Dalam hal ini subjek sebagai sumber yang diwawancarai adalah Kepala Departemen Corporate Event Bank Mandiri yaitu Bapak Diwanggoro Ratam dan Ketua Pelaksana WMM dari Departemen CSR yaitu Bapak Hadid.

Observasi partisipatif merupakan bentuk pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap objek yang ingin diteliti dan peneliti turut ambil bagian dalam segala bentuk aktivitas yang ada. Pengamatan ini memungkinkan peneliti berkomunikasi secara lebih leluasa, sehingga hasil yang didapat lebih rinci dan detail

terhadap objek yang diteliti. Teknik observasi ini dipilih oleh peneliti karena dalam penelitian ini peneliti terlibat langsung dalam proses manajemen *event* tersebut.

Dokumentasi merupakan suatu data atau informasi yang tersimpan dalam bentuk foto dengan tujuan memperoleh sudut pandang yang nyata terhadap suatu kejadian. Selain itu dokumentasi juga merupakan bukti bahwa peristiwa yang dialami benar-benar terjadi.

Analisis data penelitian ini menggunakan penjadohan pola. Penjadohan pola dilakukan dengan cara membandingkan pola yang didasarkan atas pengamatan empiris dengan pola yang telah diprediksikan. Jika hasilnya sesuai maka akan semakin menguatkan validitas internal (Yin, 2003). Sedangkan penulisan hasil pada penelitian ini peneliti akan menggunakan struktur komparatif. Yin (2003) mengemukakan bahwa struktur ini merupakan bentuk pengulangan dari studi kasus, sangat mengilustrasikan penjadohan pola, dan struktur ini menunjukkan tingkat fakta-fakta yang sesuai dengan model penjadohan pola tersebut.

HASIL DAN DISKUSI

Rangkaian *Event* Wirausaha Muda Mandiri

Getz (2008) mengungkapkan *event* adalah sebuah kegiatan yang memiliki awal dan akhir. Fenomena temporal dengan program yang sudah direncanakan secara terperinci dan dipublikasikan dengan baik sebelumnya. Pada kegiatan *event* WMM ini, peran *Public Relations (PR)* begitu besar. Meskipun secara istilah Bank Mandiri menggunakan nama departemen *Corporate Event*, tetapi tugas dan kewajiban departemen ini sangat mencerminkan aktivitas PR.

Agus Handaya menyampaikan bahwa *event* WMM adalah *event* tahunan atau bisa dikatakan sebagai kompetisi tahunan bagi para wirausaha muda. Agus Handaya juga mengatakan bahwa tujuan PR pada *event* ini memberikan pemahaman kepada para pemangku kepentingan bahwa Bank Mandiri ikut serta membantu menyukseskan perekonomian nasional melalui kegiatan CSR WMM, dengan melakukan kegiatan yang berkelanjutan. Kegiatan ini merupakan wujud konsistensi Bank Mandiri dalam menebar inspirasi berwirausaha kepada generasi muda. Harapannya, generasi muda dapat melihat WMM sebagai sebuah media aktualisasi sekaligus promosi atas inovasi dan kreasi diri.

Event WMM terdiri dari delapan rangkaian kegiatan. Rangkaian pertama dimulai dengan proses sosialisasi melalui media sosial Instagram Bank Mandiri yang bertujuan untuk membangun *awareness* terkait pentingnya berwirausaha. Adapun pesan-pesan yang disampaikan sebagian besar berbentuk ulasan atau tips-tips berwirausaha hingga *event* WMM sebelumnya. Penyampaian *event* WMM di tahun sebelumnya bertujuan untuk menceritakan kembali pengalaman peserta WMM di tahun 2018, mulai dari proses

pendaftaran, malam penganugerahan, hingga dampak positif yang mereka rasakan setelah mengikuti *event*. Harapannya, melalui pengalaman yang dibagikan dapat meningkatkan keinginan anak muda untuk mengikuti *event* tahunan. Strategi menceritakan pengalaman merupakan salah satu strategi untuk menarik animo masyarakat, khususnya anak muda, untuk turut berpartisipasi dalam *event* WMM. Beberapa ahli beranggapan bahwa pengalaman dapat memberikan rangsangan yang kuat untuk hadir dan menyukseskan sebuah *event*, seperti ungkapan Crowther *et al* (2014) bahwa menciptakan pengalaman dapat menjadi salah satu kunci kesuksesan *event*.

Selain Instagram, *event* WMM juga disosialisasikan dengan menggelar konferensi pers di Plaza Mandiri pada tanggal 2 Agustus 2019. Kegiatan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat bahwa pendaftaran *event* WMM telah dibuka. Pada kegiatan tersebut hadir beberapa perwakilan juri seperti Dimas Djay dan *chef* Renatta.

Rangkaian kegiatan selanjutnya adalah *roadshow* di empat kota besar di Indonesia, yaitu Pontianak, Jogjakarta, Malang dan Palembang. Tujuannya adalah untuk menggaungkan *event* WMM sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas. *Talk show* menjadi pilihan utama dalam rangkaian ini, di mana panitia menghadirkan para alumni WMM serta pembicara lainnya yang berasal dari industri hiburan. Selain itu, melalui *roadshow* pihak Bank Mandiri sekaligus membuka pendaftaran secara *offline*.

Rangkaian kegiatan ketiga adalah seleksi administrasi. Mengutip ungkapan Diwanggoro selaku *head of Corporate event* bahwa:

“Seleksi administratif ini dilakukan supaya tau, bener ngga nih apa yang si peserta-peserta ini tulis di persyaratannya. Misalnya umur harus 18-35 tahun, kemudian lama usaha minimal satu atau tiga tahun, terus yang ketiga untuk bidang usaha industri perdagangan jasa, kreatif, dan boga, mereka harus punya omset 300 juta pertahun. Dalam form itu nanti harus ditulis domisili, omsetnya berapa, karyawannya berapa, lama berdirinya usaha, dan lain-lain.” (Wawancara, 2 Desember 2019)

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa untuk mengikuti *event* WMN, peserta harus memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh pihak Bank Mandiri, seperti usaha yang didaftarkan ada wujudnya, kebenaran lokasi usaha, hingga peserta yang mendaftar adalah pemilik sah usaha. Ini adalah upaya untuk memilah peserta yang benar-benar kompeten karena animo peserta untuk ikut terlibat pada *event* ini sangat tinggi. Sejak pendaftaran dibuka pada tanggal 2 hingga 31 Agustus, sebanyak 3.075 orang telah terdaftar sebagai peserta, sehingga menurut Diwanggoro penting untuk melakukan seleksi administrasi sebagai upaya untuk menyortir peserta.

Kemudian, verifikasi lapangan menjadi rangkaian keempat dalam *event* WMM ini. Rangkaian ini bertujuan untuk mengecek kembali kebenaran ada tidaknya usaha yang telah didaftarkan. Penanggung jawab dari masing-masing daerah dan perwakilan mikro Bank Mandiri bekerja sama dalam proses verifikasi. Tiga kriteria yang ditekankan pada rangkaian ini adalah: (1) benar bahwa jenis usaha yang didaftarkan ada wujudnya; (2) kebenaran lokasi usaha; serta (3) orang yang mendaftar benar-benar pemilik usahanya, bukan hanya sekedar karyawan.

Setelah verifikasi dilakukan, rangkaian kegiatan selanjutnya adalah penjurian zona. Sesuai dengan istilah yang digunakan, “zona” adalah penjurian tahap awal yang dilakukan berdasarkan daerah yang telah ditentukan. Rangkaian ini bertujuan untuk mengeliminasi sejumlah peserta. Penjurian zona ini dilakukan oleh orang berkompeten di bidangnya karena seleksi harus benar-benar dilakukan secara serius agar menghasilkan perwakilan zona yang handal, dapat bersaing dengan daerah-daerah lainnya. *Event* WMM tahun 2019 ini terbagi ke dalam 12 daerah, yakni Medan, Palembang, Jabodetabek (tiga daerah), Bandung, Semarang, Surabaya, Kalimantan, Makassar, Denpasar, dan yang terakhir adalah Jayapura. Selanjutnya, 12 daerah ini dibagi ke dalam tiga zona wilayah, yaitu zona barat, tengah, dan timur. Setiap zona ini membawahi empat daerah dan setiap zona hanya memilih satu pemenang dari masing-masing bidang usaha. Jika terdapat lima bidang usaha, maka setiap zona mengirimkan lima finalis. Karena terdapat tiga zona, maka akan terpilih 15 finalis Wirausaha Muda Mandiri 2019.

Sebanyak 15 Finalis WMM berhasil terjaring dari penjurian Zona. Para finalis ini akan menjalani masa karantina di Jakarta. Selama masa karantina, para finalis diikutsertakan pada dua *event*. Pertama, *event* IdeaFest yang berlangsung pada tanggal 4 Oktober 2019 di Jakarta Convention Center (JCC) Senayan. *Event* tersebut adalah bentuk pembinaan dan merupakan suatu forum bagi para finalis untuk bertemu dan berjejaring dengan para mentor dan pengusaha. Kedua, para finalis diikutsertakan dalam Mandiri Karnaval pada tanggal 5 Oktober 2019 di Senayan, yang merupakan acara ulang tahun Bank Mandiri.

Selain itu, saat masa karantina para finalis dibagi ke dalam tiga tim dan diberikan dua tantangan. Tantangan yang pertama adalah mereka harus mempromosikan sebuah makanan dan mereka harus membuat materi untuk dipresentasikan. Tantangan ini menuntut kreativitas cara menjual produk. Diwanggoro mengatakan bahwa tantangan ini merupakan yang pertama kalinya dilakukan karena pada tahun-tahun sebelumnya hanya berupa presentasi. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui keahlian memimpin para finalis saat bekerja di dalam tim.

Setelah 10 hari menjalani karantina, rangkaian kegiatan selanjutnya adalah penjurian nasional. Saat penjurian, 15 finalis bertemu langsung dengan para juri nasional,

yaitu Dimas Djay, Nicholas Saputra, *Chef* Renatta, Shinta Dhanuwardoyo, dan juri perwakilan dari CSR Bank Mandiri I Gede Arimbhawa. Dalam penjurian tersebut, setiap finalis mempresentasikan usaha mereka yang akan dinilai oleh dewan juri. Presentasi ini merupakan penentu dari juara Wirausaha Muda Mandiri 2019 yang akan diumumkan pada malam *awarding* di NET TV secara *live*.

Rangkaian kegiatan puncak adalah penghargaan. Acara puncak ini diselenggarakan secara *live* di stasiun TV Nasional, NET TV. Pada pelaksanaannya, pihak Bank Mandiri menyisipkan acara hiburan dari para artis ternama. Saat kegiatan penghargaan, para finalis mempresentasikan kembali usaha mereka dengan sesi tanya jawab dari para juri selama satu menit. Selanjutnya, juri mengumumkan pemenang dari *event* WMM ini.

Tahapan Event Wirahusaha Muda Mandiri 2019

Keberhasilan sebuah *event* didasarkan pada pengelolaan yang baik. *Event* bukan hanya fokus pada pelaksanaan saja, tetapi juga pada beberapa tahapan penting yang harus dilalui oleh pihak penyelenggara (Smith, 2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan Corporate Evet dan hasil observasi peneliti, keberhasilan *event* WMM yang ke 12 tidak luput dari kerja sama tim serta pengelolaan tahapan-tahapan *event*.

Diwangkoro mengungkapkan bahwa *event* WMM tahun 2019 melalui proses yang Panjang. Beberapa tahapan telah dilalui untuk menyukseskan *event* ini. Selain itu, pelaksanaan *event* WMM tahun ini berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Untuk pertama kalinya, Bank Mandiri bekerja sama dengan stasiun televisi, sejak pendaftaran, *roadshow*, hingga babak akhir. Diwangkoro menyampaikan bahwa tim sudah bekerja keras agar *event* berjalan sukses, mulai dari riset, melakukan perencanaan program, hingga evaluasi. Pengelolaan *event* yang sudah dilalui oleh Bank Mandiri terdapat sedikit perbedaan dengan konsep pengelolaan *event* yang diusung oleh Goldbatt, di mana Goldbatt mengemukakan bahwa pengelolaan *event* seharusnya terdiri dari lima proses, yaitu (1) *research*, (2) perencanaan (3) desain (4) koordinasi dan (5) evaluasi. Adapun Bank mandiri hanya terdiri dari Pra-*event*, perencanaan pelaksanaan, dan evaluasi. Meskipun proses yang dilalui tim *event* WMM berbeda dengan model Goldbatt, menurut peneliti tahapan-tahapan tersebut sebenarnya memiliki kesamaan. Hanya saja, tahapan desain menjadi tahapan ketiga sudah termasuk ke dalam proses perencanaan pada tim event WMM. Model tahapan manajemen *event* yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

Pra-Event

Keinginan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat sebagai realisasi bentuk program CSR adalah cikal bakal terbentuknya WMM. Diwangkoro Ratam menyampaikan bahwa bergerak di sektor perbankan, Bank Mandiri ingin menciptakan sebuah program yang berkelanjutan, dapat diukur serta memiliki manfaat besar bagi

masyarakat. Diwangkoro Ratam menyampaikan sebuah program harus memiliki keberlanjutan, sehingga untuk mengetahui efektivitas program tersebut ada tujuan jangka panjang dan pendek yang dibuat oleh tim (wawancara, 21 Oktober 2019).

Pra-event adalah sebuah kegiatan riset atau penelitian sebelum melakukan sebuah *event*, tujuannya adalah untuk mengetahui kebutuhan masyarakat. Pada tahap ini semua unsur-unsur penunjang program akan ditentukan, misalnya menentukan keinginan, tujuan, dan target khalayak yang ingin dicapai atau melalui tahap ini perusahaan mampu menganalisis situasi yang sedang menjadi masalah.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh tim *event* WMM adalah melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Melalui metode tersebut tim dapat memetakan perencanaan atau pemrograman, adapun hasil analisis SWOT adalah sebagai berikut.

Strength (kekuatan) yang terdapat pada *event* ini adalah Wirausaha Muda Mandiri menjadi satu-satunya *event* yang paling konsisten selama bertahun-tahun. Karena setiap tahun *event* ini diadakan, sehingga eksistensinya lebih unggul dibandingkan ajang kompetisi serupa lainnya. Selain itu karena Bank Mandiri adalah sebuah bank besar yang memiliki cabang di mana-mana, sehingga dapat menjangkau ke seluruh wilayah Indonesia. Bidang usaha yang dijurikan juga lengkap terdiri dari boga, industri perdagangan & jasa, teknologi, sosial, dan kreatif.

Selanjutnya *weakness* (kelemahan) yang ada pada Wirausaha Muda Mandiri adalah keterkaitan pemenang dalam hal bisnis masih kurang maksimal. Artinya belum tentu para pemenang tersebut menjadi nasabah kredit usaha Bank Mandiri. Tahun ini pun tidak ada *expo* yang biasanya dilakukan di tahun sebelumnya, yaitu WMM mendirikan *booth* di mall-mall, ataupun publikasi melalui televisi. Hal tersebut membuat Bank mandiri merasa sosialisasi kepada masyarakat kurang maksimal.

Unsur lainnya adalah *opportunity* atau peluang. Bank Mandiri melihat Wirausaha Muda mandiri memiliki peluang dikarenakan setiap tahunnya wirausaha di Indonesia semakin meningkat. Hal ini juga dibuktikan dengan hasil studi "Kewirausahaan 2019" yang baru saja dirilis oleh Herbalife Nutrition. Hasil dari studi yang dilakukan sejak Mei hingga Agustus 2019 di sembilan negara di Asia Pasifik menunjukkan bahwa keinginan berwirausaha di Indonesia paling tinggi dibandingkan negara lainnya.

Terakhir adalah *threats* (ancaman). Hal-hal yang dapat mengancam kegiatan Wirausaha Muda Mandiri 2019 yakni adanya *event* yang sejenis, sehingga Bank Mandiri harus memiliki konsep yang baru setiap tahunnya. Ancaman lainnya dilihat yang dapat dilihat dari sisi internal adalah Wirausaha Muda Mandiri berada dalam lingkup budget

CSR yang terbatas. Padahal *event* ini dituntut untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik setiap tahunnya.

Berdasarkan hasil tersebut, Bank Mandiri dapat memetakan rencana-rencana apa yang harus dilakukan agar program berjalan efektif, salah satunya melalui publikasi. Riset yang dilakukan oleh tim terkait dengan publikasi salah satunya menentukan media mana yang harus digunakan. Pada tahap riset, tim mengidentifikasi preferensi media yang digunakan anak muda, sehingga diputuskan untuk bekerja sama dengan NET TV. Dalam kerja sama ini, NET TV tidak hanya menyiarkan melalui televisi saja, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi *event* WMM.

Oleh sebab itu, tahun ini menjadi tahun penyelenggaraan yang paling berbeda dengan tahun sebelumnya. Seperti yang telah dikatakan oleh Diwanggoro bahwa inilah tahun pertama WMM bekerja sama dengan TV swasta yaitu NET.

“Memakai stasiun televisi NET supaya efektif dan menggaungkan kembali tentang wirausaha muda mandiri. Karena 3 tahun terakhir WMM menurun popularitasnya. Maka dari itu dipilihlah televisi sebagai saluran utamanya.” (Wawancara 21 Oktober 2019).

Ungkapan lain juga yang tidak kalah menguatkan adalah sebuah *event*, baik *event* baru atau *event* tahunan, tetap membutuhkan publikasi untuk menciptakan kesadaran publik. Selain itu, melalui hasil riset juga didapat *tren* yang setiap tahunnya mengalami perubahan, sehingga bentuk publikasi juga mengikuti perubahan yang ada.

Selain publikasi melalui Media sosial NET TV, Bank Mandiri juga melakukan publikasi melalui sosial media mereka, yaitu melalui Twitter, Facebook, dan Instagram. Bank Mandiri sendiri memiliki 3 akun dalam instagramnya yang dijadikan sebagai alat publikasi, yaitu @bankmandiri, @mandiriupdate, dan @wrausahamuda. Alumni-alumni dari Wirausaha Muda Mandiri juga menjadi *key opinion leader* di mana mereka juga menyebarkan informasi mengenai WMM 2019.

Perencanaan

Beberapa pakar menyatakan bahwa tahap perencanaan *event* adalah tahap yang sangat krusial. Kesuksesan sebuah *event* umumnya dipengaruhi oleh proses perencanaan (Noor, 2013). Perencanaan merupakan realisasi dari pra *event* (riset). Berdasarkan hasil riset, tim telah memetakan program-program atau kegiatan yang akan dilaksanakan. Keinginan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat, khususnya anak muda. *Event* WMM di tahun 2019 masih mengusung *tagline* “Berani Muda, Berani Berkarya”. *Tagline* tersebut bertujuan untuk menginspirasi tidak hanya para anak muda, tetapi

masyarakat secara keseluruhan agar berani memulai segala sesuatu dan memiliki jiwa kewirausahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key* informan dan beberapa informan, peneliti menganalisis bahwa terdapat beberapa poin penting yang sangat diperhatikan dalam tahap perencanaan. Pertama, tujuan pelaksanaan *event* yang menekankan kesamaan *tagline* dengan tujuan.

Perlu diketahui bahwa tujuan diselenggarakannya event untuk mendukung program pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat, dimana salah satu cara yang kami gunakan untuk merealisasikannya melalui program ini, sehingga anak muda memiliki ruang untuk berkarya, berwirausaha sesuai dengan bidang yang digemarinya, hal ini yang selalu saya ingatkan kepada tim agar tetap berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Wawancara, 2 Desember 2019)

Kedua, siapa saja yang akan terlibat dalam kegiatan. Mulai dari peserta, bintang tamu, hingga dewan juri. Mengacu pada *tagline*, maka yang menjadi peserta kegiatan adalah anak-anak muda, sehingga kriteria-kriteria yang dibuat salah satunya akan mempertimbangkan batas usia. Perencanaan ini juga membahas pemilihan dewan juri yang sesuai dengan konsep acara dan menjadi salah satu indikator keberhasilan.

Faktor popularitas juri diakui memang penting, tetapi selain itu juga harus kompeten di bidangnya, sehingga bisa merepresentasikan masing-masing kategori. Setelah berdiskusi dengan pihak NET, akhirnya juri yang terpilih adalah *Chef* Renatta untuk bidang boga. Pemilihan *Chef* Renata dianggap merepresentasikan anak muda yang memiliki keahlian dalam bidang boga. Selain itu, penokohnya di acara-acara televisi tidak terlalu ekstrim. Selanjutnya, Dimas Djay terpilih untuk menjadi juri di bidang kreatif. Dengan alasan bahwa Dimas Djay masih aktif dan benar memiliki karya, sosoknya juga dikenal sebagai seseorang yang kreatif. Untuk bidang sosial, pihak Bank Mandiri memilih Nicholas Saputra dengan alasan bahwa sosoknya merupakan seorang aktivis dan memiliki banyak penggemar. Adapun pemilihan juri bidang digital, pilihan jatuh kepada Shinta Wardowo yang merupakan pemilik Bubu.com, sedangkan juri terakhir adalah Direktur Utama Bank Mandiri, yaitu Kartiko Wiryoatmodjo.

Poin penting ketiga adalah bagaimana *event* diselenggarakan. Pada poin ini, hal penting yang direncanakan adalah tempat pelaksanaan, waktu pelaksanaan *event*, dan merencanakan kerja sama dengan stasiun TV Nasional. Pemilihan *venue* Wirausaha Muda Mandiri 2019 dipilih berdasarkan ketersediaannya di hari Jumat karena hari Jumat merupakan hari yang pas dalam melaksanakan sebuah *event* sebelum akhir pekan. *Venue* tersebut dapat digunakan untuk memproduksi acara *live* dan mampu menampung 300 undangan. Lokasi Skeeno Hall Gandaria City kemudian dipilih karena letaknya di mall dan identik dengan para milenial.

Pelaksanaan

Pada pelaksanaannya, pihak NET dan Bank Mandiri telah memiliki peran masing-masing dalam pelaksanaan Wirausaha Muda Mandiri. Bank Mandiri sebagai pemegang acara, sedangkan NET adalah *event organizer*. Wirausaha Muda Mandiri 2019 memiliki delapan rangkaian kegiatan yaitu peluncuran program WMM 2019, *roadshow*, seleksi administrasi, verifikasi lapangan, penjurian zona, karantina, penjurian nasional, *company visit*, dan yang terakhir WMM *award*.

Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang terdapat selama pelaksanaan *event*. Beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai evaluasi melalui *event* Wirausaha Muda Mandiri 2019 adalah nantinya dapat mencakup lebih banyak kota dan melibatkan kembali wirausaha-wirausaha yang ada di kampus-kampus. Selain itu, terkait penayangan WMM secara *live* di TV, Bank Mandiri mengatakan bahwa durasi selama satu jam terbilang sangat kurang. Sehingga apabila akan melakukan kerja sama lagi di *event* selanjutnya, durasi penayangannya akan ditambah menjadi lebih panjang.

Hal lain yang perlu dievaluasi adalah pelaksanaan WMM tahun ini pendaftarannya berada di bawah target. Total dari jumlah pendaftar tahun ini ada 3.075 usaha. Jumlah ini masih dibawah target awal Bank Mandiri yang menargetkan Wirausaha Muda Mandiri tahun ini sebanyak 5.000 usaha. Hadid selaku CSR Bank Mandiri mengatakan bahwa "*target pendaftar kita tahun ini dibawah target, karena syaratnya itu yang lebih tinggi harus perusahaan yang punya omset 300 juta pertahun, karena pengennya kita pengusaha yang benar-bener punya kualitas gitu. Kalau dulu syaratnya omset hanya 100 juta pertahun.*" (Wawancara 21 Oktober 2019)

Evaluasi tidak selamanya bertujuan untuk menemukan hal-hal buruk atau mengoreksi kekurangan yang terjadi selama *event*, terkadang evaluasi juga diperlukan untuk mengapresiasi kerja keras segala pihak yang telah terlibat mulai dari *pra-event* sampai *pasca-event*. Selama pelaksanaan Wirausaha Muda Mandiri 2019 berlangsung, para peserta merasa antusias dengan konsep baru yang digunakan di tahun ini. Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang dilakukan penulis dengan Kepala *Corporate Event* Bank Mandiri, yang menyatakan bahwa para peserta merasakan bahwa format baru ini lebih seru dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Konsep karantina dan grup *challenge* pun dibuat lebih menarik, selain itu nominal hadiahnya pun lebih besar karena pada tahun ini jumlah finalisnya lebih sedikit. Saat diberitahu mengenai konsep WMM yang akan berkolaborasi dengan NET, respon mereka juga sangat antusias dan apresiatif.

Sehubungan dengan tayangan Wirausaha Mandiri di NET TV mendapatkan respon baik dari masyarakat jika dilihat dari jumlah *viewers* yang menonton acara tersebut.

Tabel 1 Perbedaan Wirausaha Muda Mandiri tahun 2019 dengan tahun sebelumnya

Nomor	Kategori	WMM 2018	WMM2 019
1	Pola Pendaftaran	Online Tertutup	Terbuka
2	Jumlah Kategori Usaha	Umum	Mahasiswa & Non Mahasiswa
3	Jumlah Finalis	67 Finalis	15 Finalis
4	Syarat Pendaftaran	Mahasiswa (memiliki rekomendasi kampus) Non Mahasiswa (memiliki rekomendasi komunitas)	Tidak memiliki rekomendasi
5	Omset	100 Juta per Tahun	300 Juta per Tahun

Sumber data: Humas Bank Mandiri

KESIMPULAN

Penelitian terkait manajemen *event* ini telah membuktikan bahwa manajemen *event* Wirausaha Muda Mandiri 2019 telah dijalankan secara profesional dan konsisten. Wirausaha Muda Mandiri merupakan program CSR utama yang dilakukan Bank Mandiri di mana tahapan-tahapannya terdiri dari Pra - *event*, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Tahapan pra-*event* atau biasa disebut dengan riset, pada tahap ini tim *event* WMM melakukan riset terhadap *stakeholder* agar menciptakan konsep acara yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Sedangkan tahapan perencanaan, tim memfokuskan pada tujuan kegiatan, siapa yang akan berpartisipasi (peserta, pemilihan juri, dan bintang tamu). Bukan hanya itu, dalam perencanaan juga menentukan konsep acara, tempat *event*, hingga waktu kegiatan.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan, Pihak NET TV dan Bank Mandiri memiliki peran masing-masing, di mana Bank Mandiri sebagai pemegang acara, sedangkan NET adalah *event organizer*. Dalam pelaksanaan Wirausaha Muda Mandiri 2019 terdapat 8 rangkaian kegiatan yaitu, *launching* program WMM 2019, *roadshow*, seleksi administrasi,

verifikasi lapangan, penjurian zona, karantina, penjurian nasional, *company visit*, dan yang terakhir WMM *award*.

Tahap akhir adalah evaluasi, pada tahap ini dilakukan penilaian terhadap proses yang sudah dilalui oleh tim, mulai dari pra - *event* hingga pelaksanaan *event*. Beberapa temuan yang akan menjadi perbaikan untuk *event* WMM 2020 misalnya (1) menargetkan lebih banyak kota agar sosialisasi WMM lebih merata. Bekerja sama dengan kampus-kampus yang ada di Indonesia. (2) Durasi penayangan pelaksanaan harusnya menjadi lebih lama, (3) target pendaftar harus lebih banyak dibanding tahun 2019. Hasil evaluasi lainnya juga ditemukan bahwa selama pelaksanaan Wirausaha Muda Mandiri 2019 berlangsung, para peserta merasa antusias dengan konsep baru yang digunakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan *Key informant* Kepala Departemen *Corporate Event* Bank Mandiri yaitu Bapak Diwanggoro Ratam dan Ketua Pelaksana WMM dari Departemen CSR yaitu Bapak Hadid yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan informasi terkait *event* Wirausaha Muda Mandiri Tahun 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Mandiri. (2019). *Latar Belakang Wirausaha Muda Mandiri*.
<https://www.bankmandiri.co.id/web/csr/latar-belakang>
- Bungin, B. (2012). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media.
- CNBC Indonesia. (2019). *Gelar WMM, Bank Mandiri Beri Inspirasi Wirausaha ke Anak Muda*.
<https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20190822161818-25-93972/gelar-wmm-bank-mandiri-beri-inspirasi-wirausaha-ke-anak-muda>
- Crowther, P. (2014). *Strategic Event Creation Edited by*.
- Denzim, Norman K. Linclon, Y. S. (2009). *Handbook Qualitative Research*. Pustaka Pelajar.
- Duthler, G., & Dhanesh, G. S. (2018). The role of corporate social responsibility (CSR) and internal CSR communication in predicting employee engagement: Perspectives from the United Arab Emirates (UAE). *Public Relations Review*, 44(4), 453–462.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.04.001>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428.
- Getz, D., & Page, S. J. (2014). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Goldbatt, J. (2002). *Special Event*. John Wiley and Sons.
-

- Kompas. (2018). *Kata Survei, Mayoritas Orang Indonesia Ingin Berwirausaha "Kata Survei, Mayoritas Orang Indonesia Ingin berwirausaha.*
<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/08/15/160000120/kata-survei-mayoritas-orang-indonesia-ingin-berwirausaha?page=all>
- Ngoepe-Ntsoane, M. J. (2018). Perspectives on corporate social responsibility as a route to citizen empowerment. *Development Southern Africa*, 35(4), 419–431.
<https://doi.org/10.1080/0376835X.2018.1428084>
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Alfabeta.
- Prajarto, N. (2015). *Corporate Social Responsibility dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Media , Desain , dan IPTEK Corporate Social Responsibility and the Development of Media , Design and Technology-Based Creative Economy*. 17(2), 161–174.
- Skouloudis, A., Chymis, A., Allan, S., & Evangelinos, K. (2014). Corporate social responsibility: A likely causality of the crisis or a potential exit strategy component? A proposition development for an economy under pressure. *Social Responsibility Journal*, 10(4), 737–755. <https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2013-0015>
- Smith, E. (2017). *THE KEY TO SUCCESSFUL EVENT PLANNING : A CASE STUDY ON IDENTIFYING THE MOST APPROPRIATE MODEL OF EVENT Emma Smith Bachelor of Arts (HONS) Event Management Cardiff Metropolitan University April 2017. April.*
- Taufan Daru Gautama, Y. R. B. (2012). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT BANK MANDIRI CASE STUDY WIRAUSAHA MUDA MANDIRI. *JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT*, 1(5), 314–317.
[file:///C:/Users/USER/Downloads/389-803-1-PB \(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/389-803-1-PB (1).pdf)
- Yin. Robert, K. (2003). *Studi Kasus Desain & Metode*. Raja Grafindo Persada.