

BAB II

DESKRIPSI PROGRAM DAN PERENCANAAN KEGIATAN

Sebagai Sponsorship Manager

Bab ini menjelaskan secara rinci tentang persiapan dan perencanaan yang dilakukan oleh *Sponsorship Manager* dalam menjalankan tugasnya untuk memastikan keberhasilan kerjasama dengan sponsor. Persiapan ini mencakup berbagai aspek strategis, seperti pembuatan Rancangan Anggaran Biaya (RAB) guna mengestimasi kebutuhan dana dan alokasi anggaran secara efektif, serta penyusunan proposal sponsor dan penawaran yang menarik serta sesuai dengan nilai dan tujuan calon sponsor. Selain itu, *Sponsorship Manager* juga bertanggung jawab dalam menentukan target sponsorship, baik dari segi jumlah, jenis sponsor, maupun strategi pendekatan yang digunakan. Dengan perencanaan yang matang, diharapkan proses pencarian sponsor dapat berjalan lebih efisien, meningkatkan peluang mendapatkan dukungan finansial maupun non-finansial, serta membangun hubungan kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan antara pihak penyelenggara dan sponsor.

2.1 Deskripsi Program

JJ Steak merupakan salah satu steak house di Semarang yang menghadapi tantangan, dimana sebagian besar pengunjung didominasi keluarga dan orang dewasa. Adanya fakta bahwa segmen remaja masih memberikan kontribusi kecil terhadap total kunjungan, menunjukkan bahwa strategi pemasaran belum sepenuhnya efektif untuk menarik perhatian kelompok usia tersebut.

Karya bidang “JJ Steak *Campus Tunes: Band Audition and Mini Concert*” dilakukan untuk menjawab permasalahan terkait dengan perluasan segmen remaja. *Event marketing* yang dilakukan termasuk dalam salah satu dari empat bentuk *brand activation*. Selain event, ada tiga bentuk brand activation lainnya yang juga dijalankan, yaitu *promotion activation*, *social media activation*, dan *event marketing*. Masing-masing bentuk *Brand Activation* tersebut berperan penting dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan memperkenalkan merek kepada audiens yang lebih luas. Namun, fokus utama pada

penulisan laporan ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai peran Sponsorship Manager dalam penyelenggaraan suatu event, serta bagaimana posisi tersebut mendukung kelancaran dan kesuksesan acara.

Sponsorship pada dasarnya berperan penting dalam kelancaran dan kesuksesan sebuah event karena memberikan dukungan dalam berbagai bentuk, baik finansial, fasilitas, maupun promosi. Dengan adanya sponsorship, penyelenggara dapat menutupi berbagai biaya operasional, seperti sewa tempat, perlengkapan, konsumsi, serta kebutuhan teknis lainnya, sehingga acara dapat berjalan dengan lancar dan profesional. Selain itu, sponsor juga berperan dalam meningkatkan daya tarik event dengan menghadirkan produk, layanan, atau aktivitas tambahan yang bisa memberikan nilai lebih bagi peserta. Tak hanya menguntungkan penyelenggara, sponsorship juga memberikan keuntungan bagi pihak sponsor, seperti eksposur merek, peningkatan brand awareness, dan peluang menjangkau target pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, menjalin kemitraan dengan sponsor yang tepat menjadi salah satu strategi utama dalam menciptakan event yang berkualitas, berkesan, dan berdampak luas bagi semua pihak yang terlibat.

2.2 Sponsorship Manager

Sponsorship Manager dalam suatu event bertanggung jawab untuk mencari, menghubungi, dan mengelola komunikasi dengan calon sponsor, membantu dalam menyusun proposal sponsorship, serta memastikan bahwa sponsor mendapatkan manfaat sesuai dengan kesepakatan. Dalam persiapannya, sponsorship manager bertugas untuk membuat Rancangan Anggaran Biaya (RAB), menentukan target sponsorship dan menyebarkan sponsorship.

2.2.1 Pembuatan Rancangan Anggaran Biaya

Persiapan sponsorship manager dalam membuat Rancangan Anggaran Biaya (RAB) dimulai dari membuat daftar kebutuhan dan sumber daya yang diperlukan untuk acara. Sponsorship manager harus bekerja sama dengan tim untuk mengidentifikasi semua biaya yang terkait, seperti biaya venue, promosi, dan kebutuhan logistik seperti stage dan soundsystem. Selanjutnya, menyusun anggaran yang realistis, dan memastikan setiap anggaran teralokasi dengan tepat dan efisien

untuk memaksimalkan penggunaan dana. Dengan rancangan anggaran yang jelas dan terstruktur, sponsorship manager dapat memastikan acara berjalan lancar dan sesuai dengan rencana finansial, serta menjaga hubungan baik dengan sponsor dengan pengelolaan dana yang transparan dan bertanggung jawab sesuai perjanjian.

Tabel 2. 1 Tabel Rancangan Anggaran Biaya

Total Expense	P	Q	Total
Venue	Rp 1.500.000	1	Rp 1.500.000
Stage 4,5 x 3,5	Rp 5.000.000	1	Rp 5.000.000
Finance and General Secretary	Rp 131.000	1	Rp 131.000
MC	Rp 200.000	2	Rp 400.000
Fotografer	Rp 500.000	1	Rp 500.000
Perizinan dan Keamanan	Rp 100.000	5	Rp 500.000
Logistics	Rp 1.450.000	1	Rp 1.450.000
Konsumsi Keamanan	Rp 15.000	3	Rp 45.000
Guest Star	Rp 3.700.000	1	Rp 3.700.000
Hadiah	Rp 7.000.000	1	Rp 7.000.000
Tester	Rp 60.000	10	Rp 600.000
TOTAL			Rp 20.826.000
10% Unpredictable Cost			Rp 2.082.000
TOTAL			Rp 22.908.00

2.2.2 Pembuatan Proposal Sponsor dan Penawaran

Persiapan sponsorship manager dalam membuat proposal sponsor dan penawaran melibatkan beberapa langkah penting untuk memastikan kesuksesan dalam menarik minat calon sponsor. Sebagai langkah awal, perlu melakukan riset tentang calon sponsor yang relevan, termasuk memahami visi dari perusahaan, agar penawaran yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan tujuan sponsor. Selain itu, sponsorship manager juga harus menganalisis industri atau sektor yang digeluti

oleh sponsor untuk mengetahui bagaimana event yang akan diselenggarakan dapat mendukung branding atau tujuan pemasaran mereka.

Dalam penyusunan penawaran, penulis membagi sponsorship ke dalam empat paket utama, yaitu *Well Done* sebesar Rp 10.000.000, *Medium* sebesar > Rp 5.000.000, *Rare* sebesar Rp 3.000.000, dan *Custom Package* dimana nominal dan segala bentuk timbal balik, sesuai kesepakatan diluar paket-paket tersebut. Pembagian paket ini bertujuan untuk memberikan fleksibilitas bagi sponsor dalam memilih skema dukungan yang sesuai dengan anggaran dan kebutuhan mereka. Setiap paket menawarkan berbagai keuntungan yang berbeda, seperti tingkat eksposur brand, penempatan logo, hingga keterlibatan dalam aktivasi event. Dengan adanya variasi paket, calon sponsor memiliki pilihan yang lebih beragam, sehingga peluang untuk mendapatkan dukungan finansial menjadi lebih besar.



JJ STEAK EVENT
Fund Auction
Dinner / Live Concert
CREATIVE PRESENTATION

WELL DONE
>10.000.000

- Sponsor meneapatkan space penempatan standing pop up di stage
- Pihak sponsor berhak mengajukan benefit sesuai dengan kesepakatan bersama

Logo placement: Stage	Logo placement: Poster	Space open booth 3 x 3	Adlibs MC
			
Sponsor berhak mendapatkan spotlight yang berada di panggung selama acara berlangsung	Sponsor akan mendapatkan penempatan logo dengan ukuran large pada poster dan media publikasi	Sponsor berhak mendapatkan booth penjualan dengan tempat yang telah disepakati	Sponsor akan disebutkan di setiap MC session

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

MEDIUM
>5.000.000

Logo placement: Stage	Logo placement: Poster	Space open booth 3 x 3	Adlibs MC
			
Sponsor berhak mendapatkan spotlight yang berada di panggung selama acara berlangsung	Sponsor akan mendapatkan penempatan logo dengan ukuran medium pada poster dan media publikasi	Sponsor berhak mendapatkan booth penjualan dengan tempat yang telah disepakati	Sponsor akan disebutkan sebanyak 5 kali dalam Adlibs MC

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.



Gambar 2. 1 Proposal Sponsor dan Penawaran

2.2.3 Menentukan Target Sponsorship

JJ Steak Campus Tunes: Band Audition and Mini Concert tidak akan bisa berjalan tanpa dukungan dari pihak sponsor. Persiapan sponsorship manager dalam menentukan target sponsorship dimulai dengan membuat daftar perusahaan yang potensial untuk dijadikan sponsor. Pembuatan daftar perusahaan tersebut dilakukan melalui berbagai cara yakni dengan approach by email, nomor whatsapp dan mencari contact person ke media sosial. Disamping itu, JJ Steak turut memberikan kontribusi signifikan dalam membantu sponsorship manager memperoleh daftar sponsor melalui jaringan relasi perusahaan yang dimilikinya, sehingga sponsor yang berhasil diperoleh pun sangat beragam, mulai dari sektor perbankan hingga kebutuhan logistik seperti soundsystem.

Tabel 2. 2 Daftar Target Sponsorship

No	Nama Perusahaan	Target	Nominal	Keperluan
1.	JJ Steak	Dana	Rp 10.000.000	Untuk operasional acara
2.	Wardah	Dana dan barang	Rp 2.000.000 5 pcs goodie bag	Untuk operasional acara dan hadiah tambahan kategori best player
3.	Iconnet	Dana	Rp 2.000.000	Untuk operasional acara

4.	Gudang Garam	Dana dan barang	Rp 5.000.000 5 pcs goodie bag	Untuk operasional acara dan hadiah tambahan kategori best player
5.	BRI	Dana	Rp 2.000.000	Untuk operasional acara
6.	Aiotuku	Dana	Rp 2.000.000	Untuk operasional acara
7.	Campina	Dana	Rp 1.000.000	Untuk operasional acara
8.	Softex	Dana	Rp 2.000.000	Untuk operasional acara
9.	Cleo	Dana	Rp 2.000.000	Untuk operasional acara
10.	Beyza Sound System	Jasa	Cashback Rp 1.000.000	Untuk operasional acara