

BAB II

PERSIAPAN PROGRAM KEGIATAN SUKARIA RACE 2024

Sebagai Account Executive dan Sponsorship Manager

Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum mengenai klien “Bersukaria Tour Organizer” dan persiapan yang dilakukan oleh Account Executive dalam membangun jalur komunikasi, koordinasi yang jelas, terbuka antara klien dan mahasiswa, menjadwalkan pertemuan rutin untuk memantau kemajuan program dan menerima umpan balik, dan melakukan transparansi dalam menyampaikan perkembangan program kegiatan Sukaria Race 2024 kepada klien. Bab ini juga akan menjelaskan persiapan dan target dari *Sponsorship Manager* seperti mencari sponsor, membuat proposal sponsor (paket penawaran), membuat MoU, serta membuat rancangan anggaran biaya sebagai salah satu sumber dana pendukung program kegiatan Sukaria Race 2024 di Kota Semarang.

2.1. Gambaran Umum

Bersukaria Tour Organizer merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan tur dan perjalanan dengan fokus utama pada *storytelling* yang mengangkat nilai-nilai warisan budaya Indonesia. Sejak berdiri pada tahun 2016, perusahaan ini berkomitmen memberikan pengalaman wisata yang unik melalui pendekatan berbasis cerita/*storytelling* serta stimulasi panca indra. Berpusat di Semarang, Bersukaria Tour Organizer kini telah memperluas operasinya ke tiga kota lainnya, yaitu Surabaya, Malang, dan Yogyakarta, menjadikannya salah satu penyedia layanan tur terkemuka di wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya. Produk unggulan mereka mencakup *walking tour*, *city tour*, dan layanan pemandu wisata, yang dirancang untuk memberikan pengalaman istimewa bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Salah satu keunggulan Bersukaria Tour Organizer adalah pendekatannya yang mengambil fokus pada pengalaman, bukan hanya destinasi. Tur yang ditawarkan tidak sekadar mengunjungi lokasi menarik, tetapi juga menyampaikan cerita, sejarah, dan wawasan budaya yang mendalam.

Kesuksesan perusahaan ini terbukti dengan pengakuan internasional seperti penghargaan “Travellers' Choice Awards 2024” dari Tripadvisor, yang menempatkan Bersukaria Tour Organizer di jajaran 10% penyedia tur terbaik dunia. Selain itu, Bersukaria Tour Organizer telah dipercaya oleh berbagai figur publik dan institusi, termasuk Najwa Shihab, Bim Bim Slank, dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jawa Tengah-DIY, yang semakin memperkuat kredibilitas dan eksposur Bersukaria Tour Organizer.

Namun demikian, Bersukaria Tour Organizer menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran merek di kalangan mahasiswa. Data per Agustus 2024 menunjukkan bahwa dari total 3.189 konsumen yang dilayani, mayoritas adalah pekerja dewasa. Hal ini kontras dengan predikat Semarang sebagai Kota Mahasiswa Terbaik 2020. Berdasarkan survei terhadap 110 responden(mahasiswa), mahasiswa lebih cenderung memilih wisata mandiri, meskipun mereka memiliki minat tinggi terhadap aktivitas berkelompok, kegiatan luar ruangan, dan pengalaman yang unik, sedangkan semua elemen ini ditawarkan oleh Bersukaria Tour Organizer. Tantangan ini menunjukkan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih efektif untuk menjangkau segmen mahasiswa.

Acara Sukaria Race 2024 dirancang sebagai solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan menggabungkan pengalaman outdoor yang melibatkan kolaborasi dan kompetisi, acara ini bertujuan menarik minat mahasiswa sekaligus mengenalkan nilai dan layanan Bersukaria Tour Organizer. Melalui aktivitas interaktif, edukatif dan menyenangkan dari Sukaria Race 2024 diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek di kalangan mahasiswa serta menciptakan pengalaman yang berkesan. Sebelumnya, Bersukaria Tour Organizer telah menyelenggarakan acara serupa di Ereveld, yang diikuti oleh 27 peserta dari kalangan pekerja.

Sukaria Race 2024 diharapkan mampu membuka segmen pasar baru, yaitu mahasiswa Semarang, sekaligus meningkatkan jumlah peserta dibandingkan acara sebelumnya. Untuk mencapai tujuan ini, acara akan dirancang dengan aktivitas yang interaktif, edukatif dan menyenangkan, seperti tari tradisional, bermain puzzle bertema tempat bersejarah, membuat permainan tradisional,

menyulam *postcard*, dan treasure hunt. Dengan pendekatan ini, Sukaria Race 2024 berpotensi memperkuat citra Bersukaria Tour Organizer sebagai penyedia tur yang tidak hanya berorientasi pada warisan budaya tetapi juga inovatif dan relevan untuk generasi muda.

2.2. Persiapan *Account Executive* dalam Sukaria Race 2024

Dalam persiapan program Sukaria Race 2024, *account executive* harus mempersiapkan beberapa hal seperti jalur komunikasi dan koordinasi antara mahasiswa dan klien, jadwal pertemuan untuk memantau kemajuan program, dan menyampaikan transparansi perkembangan program. Selain itu, terdapat kegiatan promosi dan survei yang mahasiswa adakan, yaitu kegiatan *Roadshow to Campus*, *Car Free Day* dan *Capture The Clue*.

2.2.1. Persiapan *Pre-Event* untuk Observasi Sukaria Race 2024

2.2.1.1. *Roadshow To Campus*

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan brand awareness, kegiatan *Roadshow to Campus* dirancang untuk menjangkau audiens mahasiswa melalui pendekatan langsung yang interaktif. Dalam persiapan program ini, *Account Executive* telah memfokuskan pada koordinasi yang solid antara mahasiswa dan klien. Jalur komunikasi telah disusun untuk memastikan kelancaran penyampaian informasi terkait agenda, materi promosi, dan kebutuhan teknis di setiap kampus.

Jadwal kunjungan ke setiap kampus telah dirancang dengan mempertimbangkan agenda akademik dan preferensi target audiens. Untuk memastikan eksekusi berjalan lancar, *Account Executive* bersama dengan *Strategist Manager* mengadakan pertemuan rutin dengan tim internal guna memantau progres persiapan, seperti konfirmasi lokasi, pengaturan logistik, dan pengelolaan waktu acara. *Account Executive* memaparkan brief yang diberikan dari klien kepada tim internal, seperti profil klien, visi dan misi klien, serta produk-produk klien yang menjadi keunikan dari klien “Bersukaria Tour Organizer”. Hal ini yang

akan menjadi fondasi penyampaian materi *roadshow* oleh mahasiswa atau tim internal dalam menyampaikan program kegiatan Sukaria Race 2024.

Tabel 2. 1. Pembagian Tim *Roadshow*

Pembagian Tim	Fakultas	Universitas
- Galang - Raqi - Abigael	- TEKNIK (PWK, ARSITEKTUR, SIPIL, GEOGRAFI) - FISIP - FH - FIB - SV - PSIKOLOGI	UNDIP
- Teguh - Mike - Ardelia	- FEB - FK - FSM - FPP - FPIK - TEKNIK (ELEKTRO, KIMIA, MESIN	UNDIP
- Galang - Raqi - Abigael	- GEDUNG C, G, H, dan I	UDINUS
- Teguh - Mike - Ardelia	- GEDUNG A, B, D, E dan F	UDINUS
- Semua anggota tim internal	Semua Fakultas	UNNES dan UNIKA
- Semua anggota tim internal	Semua Fakultas	UIN Walisongo

Sebagai wujud transparansi, *Account Executive* secara berkala menyampaikan laporan perkembangan program kepada klien, meliputi Lokasi kegiatan, kebutuhan logistik, dan timeline dari kegiatan *Roadshow to Campus*.

2.2.1.2. *Car Free Day*

Dalam persiapan program ini, *Account Executive* telah memastikan koordinasi yang efektif antara tim pelaksana dan klien dengan menetapkan jalur komunikasi yang terstruktur. Grup koordinasi daring telah dibuat untuk memfasilitasi penyampaian informasi secara *real-time* dan memastikan setiap pihak memahami tanggung jawabnya.

Kegiatan promosi ini mencakup pembagian materi promosi, penyelenggaraan aktivitas interaktif seperti kuis dan permainan. *Account Executive* bersama *Strategist Staff* telah menyusun jadwal yang mencakup waktu pelaksanaan, pembagian tugas, dan logistik yang dibutuhkan di lokasi acara. Selain itu, pertemuan rutin dengan tim internal telah dilakukan untuk memastikan kesiapan elemen pendukung seperti alat promosi, kostum, dan perlengkapan acara lainnya. *Account Executive* juga mempunyai tanggung jawab untuk memantau materi-materi yang disampaikan tim internal dalam kegiatan *Car Free Day*, hal ini diperuntukan untuk menyamakan persepsi khalayak terhadap program kegiatan Sukaria Race 2024 dengan visi dan misi klien.

Tabel 2. 2. Pembagian Tim *Car Free Day*

Pembagian Tim	Lokasi
- Galang - Mike - Abigael	Jembatan Sikatak Tembalang
- Teguh - Raqi - Ardelia	Simpang Lima Semarang

Sebagai bentuk transparansi, laporan perkembangan kegiatan disusun dan disampaikan kepada klien secara rutin. Laporan ini mencakup evaluasi terhadap progres persiapan, dan identifikasi tantangan di lapangan.

2.2.1.3. *Capture The Clue*

Dalam persiapan lomba fotografi *Capture The Clue*, *Account Executive* bertanggung jawab memastikan kelancaran komunikasi dan koordinasi antara tim internal dengan klien. Jalur komunikasi telah dirancang secara efisien melalui grup diskusi daring untuk memfasilitasi penyampaian informasi dan penyelesaian kendala secara cepat. Pada kegiatan ini, *Account Executive* berkoordinasi dengan PIC kegiatan yaitu *Strategist Staff* untuk mengemas kegiatan yang sesuai dengan visi dan misi Bersukaria Tour Organizer, seperti pada inti dari kegiatan ini yaitu memberikan fokus pada gedung-gedung bersejarah di Kota Lama Semarang untuk dijadikan objek fotografi. Syarat dan ketentuan pada perlombaan ini juga perlu disiapkan, hal ini ditujukan untuk memberikan arahan dan batasan bagi peserta lomba dalam menjalankan perlombaan.

Selain itu, jadwal pertemuan mingguan telah dikoordinasikan untuk memantau kemajuan teknis seperti kesiapan lokasi, briefing peserta, dan kebutuhan alat pendukung. Untuk menjaga transparansi, laporan mingguan yang mencakup progres, tantangan, serta rencana tindak lanjut akan disampaikan oleh *Account Executive* secara rutin kepada klien.

2.2.2. Persiapan Sukaria Race 2024

Dalam persiapan Sukaria Race 2024, *Account Executive* telah mengkoordinasikan dengan baik melalui jalur komunikasi khusus yang menghubungkan mahasiswa dengan klien. Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan, *Account Executive* telah

membentuk grup koordinasi yang bertujuan memfasilitasi pembagian tugas serta memperjelas tanggung jawab masing-masing pihak. Rapat berkala telah dijadwalkan bersama *Strategist Manager* guna memantau progres persiapan, termasuk kesiapan rute lomba, *checkpoint* aktivitas, dan kebutuhan teknis lainnya. Sebagai bagian dari upaya pengelolaan waktu dan tanggung jawab, jadwal rapat telah dikoordinasikan kepada semua pihak terkait untuk memastikan semua pihak dapat menghadiri rapat persiapan.

Account Executive bertanggung jawab untuk menyampaikan semua *brief* mulai dari klien kepada tim internal dan *brief* dari tim internal kepada klien. Beberapa *brief* yang sudah tersampaikan selama persiapan, seperti permintaan properti kepada klien dari tim internal, permintaan personil untuk *storytelling* yang diperuntukan untuk sesi penjelasan sejarah Kota Lama Semarang yang berkaitan dengan Sukaria Race 2024. Dalam persiapan Sukaria Race 2024, *Account Executive* terlibat dalam survei lokasi, survei vendor, dan survei pihak partner untuk kebutuhan program kegiatan Sukaria Race 2024. Lokasi yang menjadi target dari pelaksanaan Sukaria Race 2024 adalah Kota Lama Semarang yang ditetapkan dari hasil survei tim internal termasuk *Account Executive*. Vendor-vendor yang digunakan dalam Sukaria Race 2024 seperti vendor percetakan, vendor makanan, vendor HT, vendor medali dan vendor puzzle dikoordinasikan bersama *Production/Logistic Manager* kepada klien. Kemudian partner-partner yang dibersamai dalam Sukaria Race 2024, seperti Toko Ola, Sanggar Sobokarti, dan Pringsewu dikoordinasikan bersama *Liasion Officer* kepada klien.

Account Executive juga berkoordinasi bersama *Creative Manager* dalam memenuhi semua kebutuhan visual kepada klien. Hal ini ditujukan untuk visual-visual yang diproduksi oleh tim internal dan dipublikasikan sesuai dengan identitas klien. Selain itu, *Account Executive* juga berkoordinasi bersama *Social Media Strategist* kepada klien dalam kebutuhan perancangan *content plan* untuk kebutuhan

publikasi dari program kegiatan Sukaria Race 2024. Tim internal Sukaria Race 2024 memiliki sebanyak 15 rencana konten, termasuk untuk konten *Roadshow To Campus*, *Car Free Day*, dan *Capture The Clue*.

Perizinan dan keuangan menjadi hal yang penting dalam persiapan dan keberlangsungan program kegiatan, sebagai *Account Executive* harus selalu berkoordinasi dengan *Production/Logistik Manager* dan *Finance Manager*. Koordinasi yang dilakukan bersama *Production/Logistik* untuk memantau perkembangan perizinan yang diajukan kepada dinas-dinas terkait untuk kelancaran program kegiatan Sukaria Race 2024. Hal ini juga disampaikan secara terus menerus oleh *Account Executive* kepada klien, dikarenakan hal ini juga menjadi fokus klien terhadap citra *brand* mereka jika perizinan tidak dapat diturunkan untuk program kegiatan Sukaria Race 2024. Kemudian, keuangan juga secara terus menerus dikoordinasikan bersama *Finance Manager*. Hal ini menjadi memiliki perhatian lebih dikarenakan, rancangan anggaran biaya sudah dirancang dan nominal-nominal kebutuhan yang sudah terancang harus terpenuhi sesuai dengan jumlah nominal yang sudah ditentukan. Maka dari itu, *Account Executive* bersama *Finance Manager* dan tim internal harus selalu berkoordinasi mengenai keuangan program kegiatan Sukaria Race 2024.

Selain itu, laporan perkembangan kegiatan disusun secara rinci dan transparan, mencakup capaian target, kendala yang dihadapi, serta langkah tindak lanjut, untuk disampaikan langsung kepada klien secara rutin.

2.3. Persiapan *Sponsorship Manager* dalam Program Sukaria Race 2024

Program Sukaria Race 2024 tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya pihak ketiga yang mendukung kesuksesan program ini. Terdapat beberapa kebutuhan dalam program kegiatan Sukaria Race 2024, seperti hadiah lomba, *merchandise*, dan lain sebagainya. Dalam persiapan untuk

memperoleh sumber pendanaan dari pihak ke-3, *Sponsorship Manager* bertugas mendata kebutuhan program acara, seperti dana atau barang, menentukan target sponsor, surat pengajuan sponsor dan perjanjian Kerjasama dengan pihak sponsor (MoU), serta menyusun proposal sponsor yang akan diajukan kepada calon sponsor.

2.3.1. Mendata Kebutuhan dan Membuat Rancangan Anggaran Biaya

Dalam merancang kebutuhan dan membuat Rancangan Anggaran Biaya, *sponsorship manager* berkoordinasi dengan *Finance Manager* untuk membuat sebuah data kebutuhan dan rancangan anggaran biaya yang diperuntukan untuk mengetahui jumlah kebutuhan dana untuk program Sukaria Race 2024. Kebutuhan dana pada program kegiatan ini meliputi anggaran konsumsi, anggaran Lokasi, anggaran operasional panitia, hingga anggaran hadiah untuk peserta lomba. Rancangan anggaran dirancang dengan efisiensi tinggi, sehingga total rancangan anggaran biaya akan tetap terjangkau meskipun konsep program kegiatan akan diadakan secara maksimal. Rancangan anggaran biaya Sukaria Race 2024 tertera pada halaman lampiran.

2.3.2. Menentukan Target Sponsorship

Sponsorship Manager melakukan serangkaian langkah strategis untuk menentukan target sponsor yang relevan dan potensial. Proses diawali dengan melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan acara atau proyek yang akan dilaksanakan, termasuk memahami nilai jual utama yang dapat ditawarkan kepada sponsor. Nilai jual utama pada program kegiatan ini adalah aktivitas *outdoor*/luar ruang dengan pendekatan wisata sejarah di Kota Lama Semarang. Selanjutnya, dilakukan identifikasi perusahaan atau organisasi yang memiliki visi, misi, atau produk yang sesuai dengan tema acara. Identifikasi perusahaan berupa memahami kampanye-kampanye pemasaran yang sedang dilakukan pada periode yang sama dengan periode program kegiatan. Seperti halnya perusahaan perawatan kulit yang sedang kampanye tentang penggunaan produk

untuk kegiatan luar ruangan. *Sponsorship Manager* juga menyusun profil audiens target untuk memastikan kecocokan dengan segmen pasar sponsor yang diincar. Profil audiens yang disusun seperti, segmentasi pria untuk perusahaan dengan produk perawatan kulit pria dan lainnya. Selain itu, pembuatan proposal sponsorship yang menarik dan terstruktur menjadi prioritas, mencakup penawaran manfaat yang jelas dan laporan data pendukung yang relevan. Data-data yang relevan tersebut seperti data minat responden terhadap kegiatan berkelompok sangat tinggi (85,5%) dan sebanyak 60,9% lebih memilih kegiatan luar ruang/outdoor. Selain itu, faktor-faktor yang dipertimbangkan responden dalam memilih Tour Organizer adalah seperti jadwal yang terstruktur (67,3%) dan adanya tour guide yang menjelaskan destinasi wisata (58,2%). Mengenai alokasi anggaran, 49,1% responden menyatakan kesiapan untuk mengeluarkan biaya antara Rp50.000 - Rp75.000 untuk sebuah acara yang ideal, yang diperoleh dari hasil kuesioner kepada 110 responden mahasiswa di Kota Semarang. Strategi komunikasi yang efektif kemudian dirancang untuk memulai pendekatan kepada calon sponsor, termasuk melalui pertemuan langsung, surat resmi, atau presentasi profesional.

2.3.3. Menyusun dan menyebarkan proposal Sponsorship

Sponsorship Manager berkewajiban dalam membuat proposal pengajuan dan surat sponsorship. Dalam persiapannya, sponsorship manager Menyusun paket sponsor yang berikutnya akan ditambahkan ke dalam proposal sponsor. Dalam penyusunan proposal sponsor, *Sponsorship Manager* bertanggung jawab mengemas proposal tersebut semenarik mungkin hingga menjadi daya tarik bagi perusahaan. Daya tarik tersebut meliputi penjelasan latar belakang yang tepat, data-data yang disisipkan untuk pendukung latar belakang, konsep acara yang relevan dengan kampanye perusahaan, lokasi acara dan segmentasi pasar yang sesuai dengan kampanye perusahaan, dan yang terakhir paket sponsor yang saling menguntungkan bagi kedua

belah pihak. Paket sponsor menjadi titik fokus utama pada sebuah proposal sponsor diana pada bagian tersebut tertera pertukaran-pertukaran keuntungan yang didistribusikan dengan berbagai cara, seperti pemasaran digital, penempatan logo yang tepat, dan penyebutan merek pada program kegiatan.

Setelah semua hal tersebut, sponsorship manager bertugas untuk menyebarkan surat dan proposal. Dalam proses penyebaran proposal, sponsorship manager Menyusun rentan waktu penyebaran yakni 1 November hingga 15 November dan rentan selanjutnya yakni 16 November hingga 25 November digunakan untuk *follow up* mengenai pengajuan surat dan proposal sponsor. Seluruh dokumentasi penyebaran proposal, bentuk proposal, dan paket sponsor tertera pada halaman lampiran.