



**PROSEDUR PELAKSANAAN *EVENT* PADA PT. INTI GLOBAL 99
MALANG**

(The Procedure For Implementation Events at PT. Inti Global 99 Malang)

Laporan Tugas Akhir

Oleh

Anand Novansyah Pratama

160903102016

Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

2019



**PROSEDUR PELAKSANAAN EVENT PADA PT. INTI GLOBAL 99
MALANG**

(The Procedure For Implementation Events at PT. Inti Global 99 Malang)

Laporan Praktek Kerja Nyata

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program
Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Jember

Oleh:

Anand Novansyah Pratama

(160903102016)

Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

2019

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada

1. Yang saya sayangi dan cintai kedua orang tua saya, Heri Supardi dan Santi Riyanti;
2. Saudara saya Ezzy yang selalu memberi semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini;
3. Guru-guru saya sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, terimakasih telah memberikan wawasan, ilmu pengetahuan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran;
4. Keluarga terbaik saya Diploma III Usaha Perjalanan Wisata 2016 yang selalu memberi cerita, kenangan dan memberi semangat ketika duduk di bangku kuliah;
5. Almamater Universitas Jember, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;

MOTTO

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju kesana.”

(Theodore Rosevelt)

“Bekerja keras dan bersikap baiklah. Hal luar biasa akan terjadi”

(Conan O’Brien)



*) <https://bengkulupost.co.id/2018/08/16/motto-hidup>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anand Novansyah Pratama

NIM : 160903102016

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan praktek kerja nyata yang berjudul “Prosedur Pelaksanaan *Event* PT. Inti Global 99 Malang.” adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Juli 2019

Mahasiswa,

Anand Novansyah Pratama

NIM 160903102016

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA



**PROSEDUR PELAKSANAAN *EVENT* PADA PT. INTI GLOBAL 99
MALANG**

(The Procedure For Implementation Events at PT. Inti Global 99 Malang)

Oleh:

Anand Novansyah Pratama

NIM 160903102016

Pembimbing :

Margaretta Andini Nugroho, S.ST. Par., M.Par.

NIP. 199003142019032015

PERSETUJUAN

Telah disetujui Laporan Tugas Akhir Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Nama : Anand Novansyah Pratama
NIM : 160903102016
Jurusan : Ilmu Administrasi
Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata
Judul : Prosedur Pelaksanaan *Event* PT. Inti Global 99 Malang

Jember 26 Juli 2019

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Margaretta Andini Nugroho, S.ST. Par., M.Par.

NIP. 1990031420192015

PENGESAHAN



RINGKASAN

“Prosedur Pelaksanaan Event PT. Inti Global 99 Malang”, Anand Novansyah Pratama, 160903102016; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Event merupakan bagian dari kegiatan pariwisata yang kini telah berkembang pesat di Indonesia. Terbukti dengan mulai bermunculan jasa perencanaan *event* atau biasa disebut dengan jasa *event organizer* di kota-kota di Indonesia, salah satunya di kota Malang. Salah satu jasa *event organizer* yang ada di kota Malang adalah PT. Inti Global 99. Perusahaan *event organizer* ini terus berkembang dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik. Terbukti dengan banyaknya macam *event* yang telah ditanganinya dengan baik melalui prosedur SOP (*Standard Operating Procedures*) yang dijaga dan dijalankan baik dengan klien ataupun pihak pendukung *event* lainnya.

Prosedur adalah rangkaian kegiatan yang detail atau disebut juga suatu tindakan yang harus dijalankan sesuai SOP supaya mendapatkan hasil yang diinginkan. PT. Inti Global 99 tentunya memiliki prosedur dalam menjalankan permintaan *event* dari klien. Prosedur yang dilakukan oleh PT. Inti Global 99 antara lain adalah prosedur pelaksanaan *event* (*Pra Event*), prosedur pelaksanaan *event* (*On Event*), prosedur pasca *event* (*Post Event*).

Saran yang dapat diberikan penulis untuk PT. Inti Global 99 yaitu, divisi *marketing* agar lebih gencar lagi dalam mencari calon klien atau memperluas jaringan untuk dapat mendapatkan klien sehingga dengan itu PT. Inti Global 99 dapat terus eksis di bidang jasa *event organizer*.

PRAKATA

Puji syukur hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata yang berjudul “Prosedur Pelaksanaan *Event* PT. Inti Global 99 Malang.”. Laporan ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusun ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes., selaku Penjabat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Dr. Dina Suryawati, S.Sos., M.AP., Selaku Koordinator Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata;
4. Indra Perdana Wibisono, S.ST., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik;
5. Margaretta Andini Nugroho, S.ST.Par., M.Par., Selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan selama penulisan tugas akhir juga bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan tugas akhir ini;
6. Ayahanda Heri Supardi dan Ibunda Santi Riyanti, dan Adik Ezzy Juliansyah Dwi Hersan yang tidak pernah berhenti mendukung dan mendoakan;
7. Seluruh jajaran *staff* PT. Inti Global 99 yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat;
8. Teman dekat penulis Syaiful Agis yang tidak pernah berhenti mendukung dan mendoakan;

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penulisan Laporan ini, maka dari itu segala kritik maupun saran akan sangat membantu bagi semua pihak dan Pariwisata Indonesia.

Jember, 26 Juli 2019

Penulis,

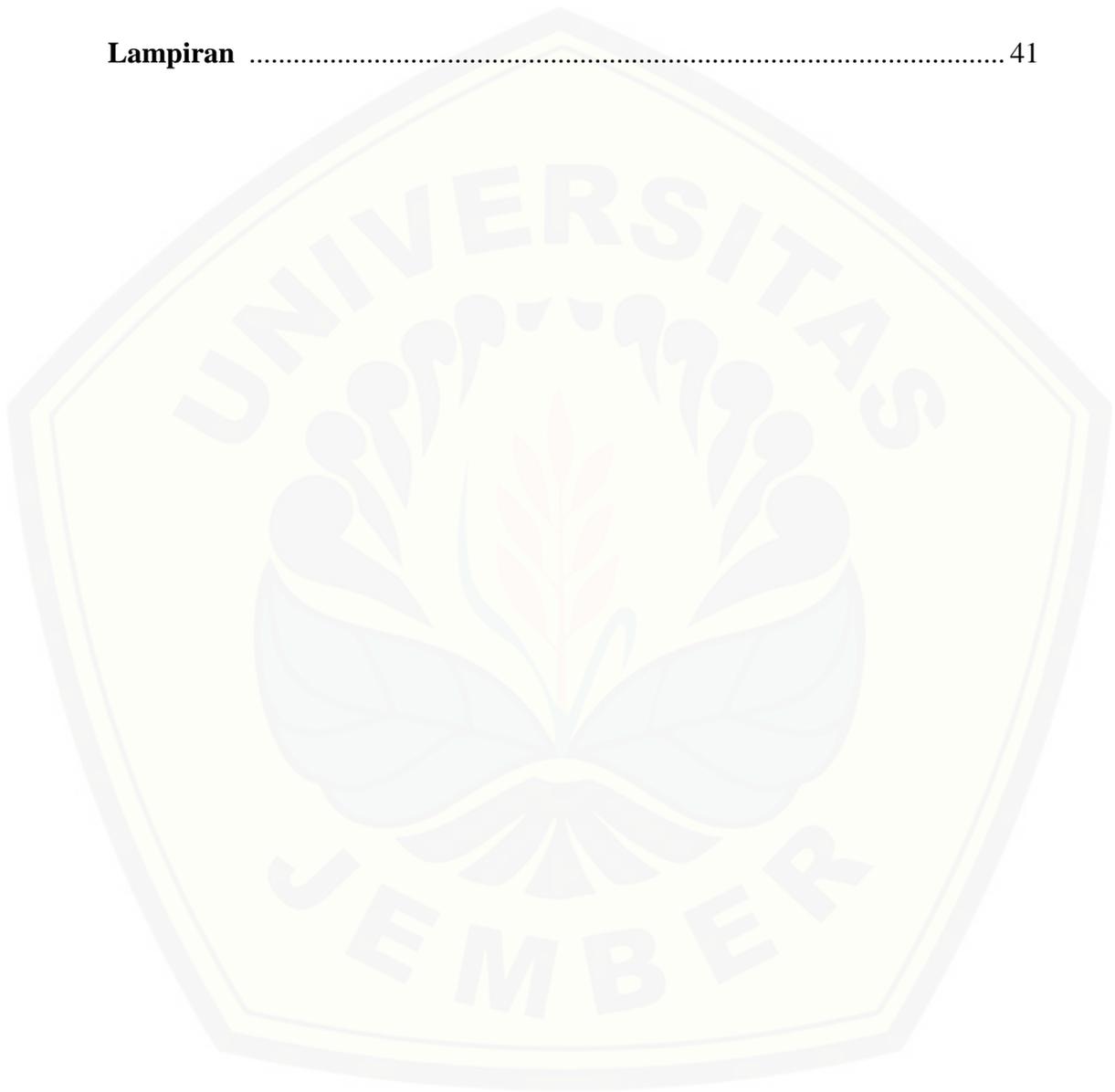


DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSEMBAHAN | ii |
| MOTTO | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| LAPORAN TUGAS AKHIR | v |
| PERSETUJUAN | vi |
| PENGESAHAN | vii |
| RINGKASAN | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata | 3 |
| 1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata | 4 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1 Prosedur | 5 |
| 2.1.1 Definisi Prosedur..... | 5 |
| 2.1.2 Karakteristik Prosedur..... | 5 |
| 2.1.3 Manfaat Prosedur | 6 |
| 2.2 Event | 8 |
| 2.2.1 Definisi <i>Event</i> | 8 |
| 2.2.2 Jenis-Jenis <i>Event</i> | 9 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3 MICE | 11 |
| 2.4 Tahap Produksi <i>Event</i> | 12 |
| 2.4.1 Tahap Produksi Pra <i>Event</i> | 12 |
| 2.4.2 Tahap Produksi <i>On Event</i> | 14 |
| 2.4.3 Tahap Produksi <i>Post Event</i> | 14 |
| BAB III. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA | 16 |
| 3.1 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata | 16 |
| 3.1.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata | 16 |
| 3.1.2 Lokasi Praktek Kerja Nyata | 16 |
| 3.1.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata..... | 17 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 18 |
| 3.2.1 Jenis Data | 17 |
| 3.2.2 Sumber Data..... | 17 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 18 |
| BAB IV. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN | 19 |
| 4.1 Gambaran Umum | 19 |
| 4.1.1 Sejarah PT. Inti Global 99 | 19 |
| 4.1.2 Visi dan Misi PT. Inti Global 99 | 20 |
| 4.1.3 Fasilitas PT. Inti Global99 | 20 |
| 4.2 Struktur Organisasi PT. Inti Global 99 | 21 |
| 4.2.1 <i>Job Description</i> | 22 |
| 4.2.2 Kegiatan Praktek Kerja Nyata | 24 |
| 4.3 Standard Operating Procedures Pelaksanaan <i>Event</i> di PT. Inti Global 99 | 30 |
| 4.3.1 Nestle <i>Golden Dairy Award</i> 2019 | 30 |
| 4.3.2 <i>Quotation Proposal</i> | 32 |
| 4.3.3 Penawaran Proposal | 33 |
| 4.3.4 Prosedur Pelaksanaan <i>Event</i> (<i>Pra Event</i>)..... | 33 |
| 4.3.5 Prosedur Pelaksanaan <i>Event</i> (<i>On Event</i>) | 35 |
| 4.3.6 Prosedur Pasca <i>Event</i> (<i>Post Event</i>)..... | 37 |

| | |
|-----------------------------|----|
| BAB V. PENUTUP | 38 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 38 |
| 5.2 Saran..... | 38 |
| DAFTAR PUSTAKA | 39 |
| Lampiran | 41 |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| 3.1.3 Tabel Hari dan Jam Kerja Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata | 17 |
| 4.2.2 Kegiatan Selama Praktek Kerja Nyata | 24 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| 4.2 Struktur Organisasi PT. Inti Global 99 | 21 |
| 4.3 <i>Standard Operating Procedures</i> Pelaksanaan <i>Event</i> di PT. Inti Global 99.. | 32 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|----------------|
| Lampiran 1.Surat Permohonan Tempat Magang | 42 |
| Lampiran 2.Surat Penerimaan Mahasiswa Praktek Kerja Nyata | 43 |
| Lampiran 3. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata | 44 |
| Lampiran 4. Logo PT. Inti Global 99..... | 45 |
| Lampiran 5. Kantor PT. Inti Global 99 | 46 |
| Lampiran 6. Ruangan Mahasiswa Praktek Kerja Nyata di PT. Inti Global 99 .. | 47 |
| Lampiran 7. <i>Event Nestle Golden Dairy Awards 2019</i> | 48 |

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia pada saat ini semakin berkembang pesat disertai juga dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat. Gaya hidup masyarakat pun semakin berkembang seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi. Konsumen saat ini sudah mulai cerdas dan selektif dalam memilih produk dan jasa yang akan mereka gunakan, hal ini menuntut perusahaan untuk bersaing dalam dunia bisnis dengan menciptakan cara-cara baru agar terus dapat berkembang dan perusahaan tetap eksis dalam bidangnya. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Ada beberapa faktor yang menjadi alasan suatu perusahaan bisa mendapat tempat sendiri di hati konsumennya. Tidak terlepas juga untuk jasa *event organizer* yang banyak dibutuhkan oleh perusahaan untuk menggelar *event* tahunan dari perusahaan mereka ataupun dalam rangka memberikan *reward* kepada para karyawannya yang disebut insentif *event*.

Dalam era globalisasi saat ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru dalam sektor industri di Indonesia. Salah satunya ada *event organizer* yang termasuk dalam industri fasilitatif yang kegiatan industrinya adalah dengan menjual jasa layanan untuk keperluan orang lain. Menurut pendapat penulis ada beberapa faktor mengapa orang-orang tidak bisa mengadakan *event* sendiri dan membutuhkan jasa *event organizer* yaitu;

- a. Tidak dapat fokus mengatur *event*
- b. Kesulitan mencari vendor
- c. Tidak memiliki pengalaman
- d. Kesulitan mengatur *budget event*

Selain itu jasa *event organizer* tidak hanya menyediakan layanan untuk penyelenggaraan *event* kecil saja. Banyak juga *event organizer* menyediakan layanan *event* skala yang besar. Contohnya seperti *wedding*, *gathering*, *study tour* dan lain-lain. Kemudian juga yang banyak dibicarakan beberapa tahun terakhir tentang penyelenggaraan *event* MICE yaitu (*Meeting*, *Incentive*, *Conference*,

Exhibition). Whitfield dan Webber (2010) mengatakan bahwa MICE adalah kegiatan yang diperuntukkan guna menyatukan para penyedia informasi dengan penerimanya.

Event merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendekatkan antara perusahaan dengan masyarakat. *Event* yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan biasanya selalu berhasil menarik minat masyarakat untuk menontonnya. Semua keberhasilan itu berasal dari perencanaan *event* yang dilakukan secara sistematis dimana sebelum *event* dilaksanakan ada beberapa tahapan yang harus dilakukan terlebih dahulu. Tahap awal yang dilakukan adalah tahap produksi pra *event*, kemudian yang kedua tahap produksi *on event*, dan yang terakhir adalah tahap pasca *event* atau biasa disebut *post event*.

Event adalah peristiwa yang direncanakan dengan tujuan untuk memberikan pengalaman kepada konsumen yang hadir, maka dari itu pengalaman tersebut harus mampu memberikan kesan yang mendalam dan mampu disimpan dalam ingatan konsumen dengan jangka waktu yang lama. Sehingga dengan demikian materi pengalaman yang akan disajikan pada suatu *event* harus memiliki kekhasan, mampu menarik keterlibatan penonton, bermanfaat, serta memiliki tingkat relevansi konsumen itu sendiri. Beberapa penyelenggara *event* atau disebut *event organizer* sering menghabiskan waktunya pada masa pra *event* atau tahap perencanaan. Fase ini merupakan fase dimana gagasan dan ide-ide dimunculkan untuk dijadikan sebuah konsep atau berbentuk materi yang akan diberikan kepada penonton.

Setelah melalui proses tahap pra *event* prosedur yang dilaksanakan selanjutnya adalah tahap produksi *on event* dimana tahap ini adalah tahap dilaksanakannya *event*. Setelah tahap ini selesai dilaksanakan maka tahap yang selanjutnya adalah tahap yang terakhir dimana PT. Inti Global 99 harus memberikan tanggung jawab atau pekerjaan yang telah dikerjakannya melalui proses evaluasi dan pelaporan terhadap klien.

Harapannya dari diselenggarakannya suatu *event* dalam perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan juga untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk baru yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan.

Pemanfaatan *event* yang digunakan sebagai alat promosi perusahaan seringkali dinilai lebih efektif daripada pengalokasian dana untuk beriklan di media massa. Dibandingkan dengan alat komunikasi pemasaran yang lain. Oleh karena itu, pelaksanaan *event* sebaiknya dilakukan dengan perencanaan yang sangat matang agar tujuan dalam penyelenggaraan *event* tersebut dapat tercapai.

PT. Inti Global 99 merupakan salah satu *event organizer* yang ikut meramaikan industri *event* di Indonesia. Sebagai salah satu *event organizer*, PT. Inti Global 99 menyediakan jasa penyelenggaraan *event* kepada perusahaan-perusahaan yang ingin mengadakan *event* dengan berbagai bentuk acara dan tujuan. PT. Inti Global 99 dipilih penulis dalam praktek kerja nyata ini karena memiliki kualitas dan prosedur dalam proses pelaksanaan *event*. Prosedur yang baik sangat dibutuhkan oleh PT. Inti Global 99 untuk bertahan dan mampu bersaing. Oleh sebab itu, penulis terinspirasi untuk membuat tugas akhir yang berjudul “Prosedur Pelaksanaan *Event* Pada PT. Inti Global 99 Malang”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini yaitu bagaimana prosedur pelaksanaan *event* pada PT. Inti Global 99 Malang ?

1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Adapun tujuan Praktek Kerja Nyata yang dilakukan oleh penulis antara lain yaitu untuk mengetahui prosedur pelaksanaan *event* pada PT. Inti Global 99 Malang.

1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Adapun manfaat dalam penulisan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut:

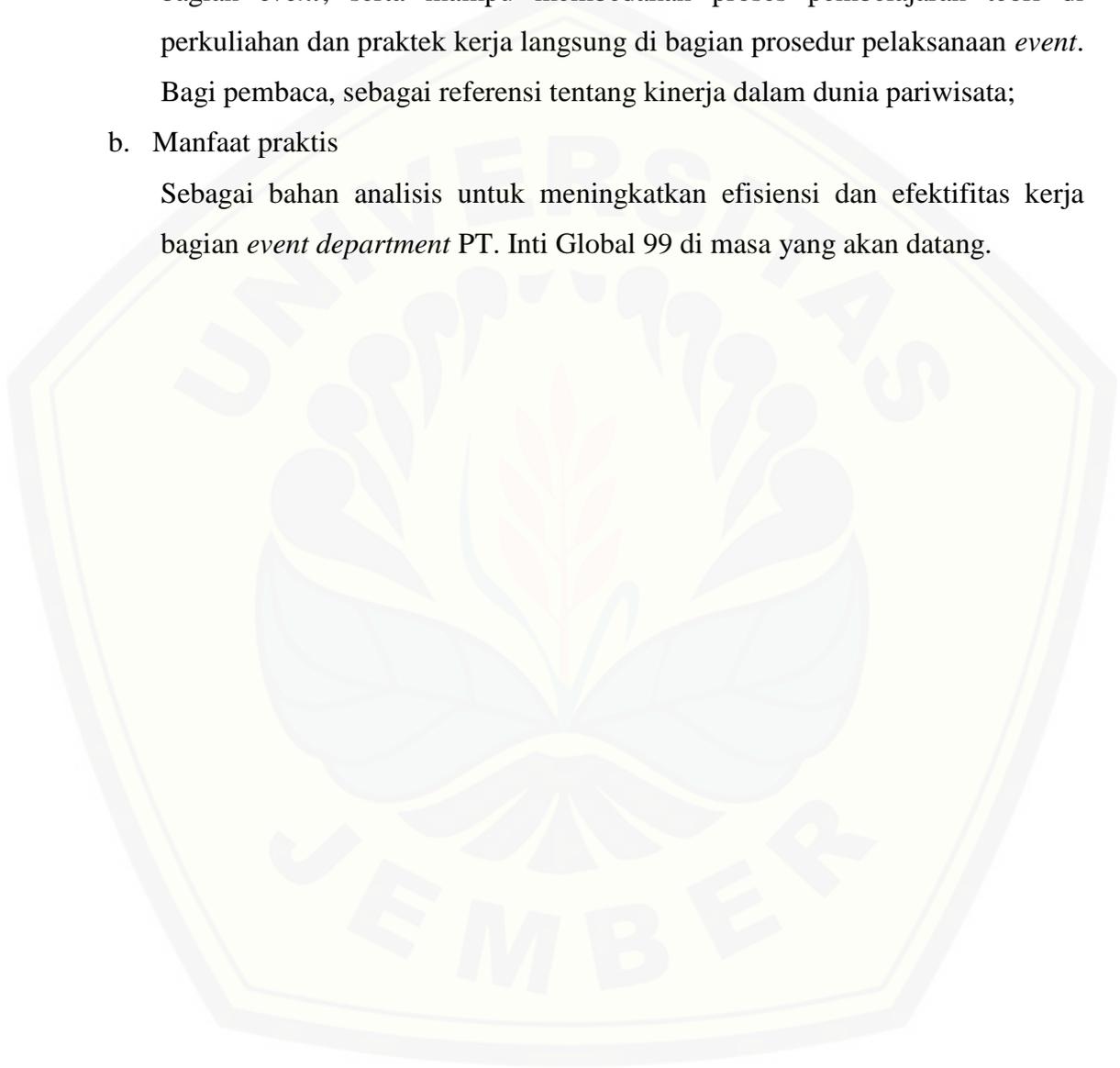
a. Manfaat teoritis

Penulis mendapatkan pengetahuan, wawasan serta pengalaman kerja di bagian *event*, serta mampu membedakan proses pembelajaran teori di perkuliahan dan praktek kerja langsung di bagian prosedur pelaksanaan *event*.

Bagi pembaca, sebagai referensi tentang kinerja dalam dunia pariwisata;

b. Manfaat praktis

Sebagai bahan analisis untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja bagian *event department* PT. Inti Global 99 di masa yang akan datang.



BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Prosedur

2.1.1 Definisi Prosedur

Menurut Nuraida (2008) prosedur adalah urutan langkah-langkah atau pelaksanaan-pelaksanaan pekerjaan dimana pekerjaan tersebut dilakukan, berhubungan dengan apa yang dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, dimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya. Sedangkan menurut Maryati (2008) adalah serangkaian dari tahapan-tahapan atau urutan-urutan dari langkah-langkah yang saling terkait dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Untuk mengendalikan pelaksanaan kerja agar efisiensi perusahaan tercapai dengan baik dibutuhkan sebuah petunjuk tentang prosedur kerja. Mulyadi (2013) berpendapat prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang.

Berdasarkan dari kutipan di atas maka dapat disimpulkan bahwa prosedur adalah kegiatan yang dilakukan atau langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan sistem yang sudah ditetapkan sebelumnya.

2.1.2 Karakteristik Prosedur

Mulyadi (2013) menyatakan terdapat beberapa karakteristik prosedur, diantaranya sebagai berikut:

- a. Prosedur menunjang tercapainya tujuan organisasi
Dengan adanya prosedur, suatu organisasi dapat mencapai tujuannya karena melibatkan beberapa orang dalam melakukan kegiatan operasional organisasinya dan menggunakan suatu penanganan segala kegiatan yang dilakukan oleh organisasi.
- b. Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya yang seminimal mungkin
Pengawasan atas kegiatan organisasi dapat berjalan dengan baik karena kegiatan tersebut berjalan sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Selain itu, biaya yang digunakan

untuk kegiatan tersebut dapat diatur seminimal mungkin karena kegiatan yang dilakukan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

- c. Prosedur menunjukkan urutan-urutan yang logis dan sederhana
Dalam suatu prosedur yang dilaksanakan oleh suatu organisasi dalam menjalankan segala kegiatannya, biasanya prosedur tersebut menunjukkan rangkaian kegiatan yang harus dilaksanakan dan rangkaian tindakan tersebut dilakukan secara seragam.
- d. Prosedur menunjukkan adanya penetapan keputusan dan tanggung jawab
Penetapan keputusan yang dibuat oleh pimpinan organisasi merupakan keputusan yang harus dilaksanakan oleh para bawahannya untuk menjalankan prosedur kegiatan yang sudah ada. Selain itu, keputusan atas orang-orang yang terlibat dalam menjalankan prosedur tersebut memberikan suatu tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh para pelaksana tersebut sesuai dengan tugasnya masing-masing.
- e. Prosedur menunjukkan tidak adanya keterlambatan dan hambatan
Apabila prosedur yang sudah ditetapkan oleh suatu organisasi dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku maka hambatan yang akan dihadapi pelaksana kecil kemungkinan akan terjadi. Hal ini menyebabkan ketepatan waktu dalam pelaksanaan kegiatan sehingga tujuan organisasi yang ingin dicapai oleh organisasi dapat terlaksana dengan tepat.

2.1.3 Manfaat Prosedur

Mulyadi (2010) menyatakan mengenai manfaat dari prosedur, diantaranya sebagai berikut:

- a. Lebih memudahkan dalam menentukan langkah-langkah kegiatan dimasa yang akan datang

Jika prosedur yang telah dilaksanakan tidak berhasil dalam pencapaian tujuan organisasi maka para pelaksana dapat dengan mudah menentukan langkah-langkah yang harus diambil pada masa yang akan datang. Karena dari prosedur tersebut dapat diketahui kesalahan-kesalahan yang terjadi sehingga pencapaian tujuan organisasi tidak berhasil.

- b. Mengubah pekerjaan yang berulang-ulang menjadi rutin dan terbatas
Dengan prosedur yang dilaksanakan secara teratur, para pelaksana tidak perlu melakukan pekerjaan secara berulang-ulang dan melakukan pelaksanaan kegiatan secara teratur dan rutin. Sehingga para pelaksana dapat melaksanakan kegiatannya secara sederhana dan hanya mengerjakan pekerjaan yang memang sudah menjadi tugasnya.
- c. Adanya suatu petunjuk atau program kerja yang jelas dan harus dipatuhi oleh seluruh pelaksana
Berdasarkan prosedur yang telah di tentukan oleh perusahaan, maka para pelaksana mengetahui tugasnya masing-masing. Karena dari prosedur tersebut dapat diketahui program kerja yang akan dilaksanakan. Selain itu, program kerja yang telah ditentukan dalam prosedur tersebut harus dilaksanakan oleh seluruh pelaksana.
- d. Membantu dalam usaha meningkatkan produktifitas kerja yang efektif dan efisien
Dengan prosedur yang telah diatur oleh perusahaan, maka para pelaksana mau tidak mau harus melaksanakan tugasnya masing-masing sesuai prosedur yang berlaku. Hal ini menyebabkan produktifitas kinerja para pelaksana dapat meningkat, sehingga tercapai hasil kegiatan yang efisien dan efektif.
- e. Mencegah terjadinya penyimpangan dan memudahkan dalam pengawasan
Pengawasan terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh para pelaksana dapat dilakukan dengan mudah bila para pelaksana melaksanakan kegiatan tersebut sesuai dengan prosedur yang akan terjadi pun dapat dicegah, tetapi apabila terjadi penyimpangan dalam pelaksanaan kegiatan, maka akan dapat segera diadakan perbaikan-perbaikan sepanjang dalam tugas dan fungsinya masing-masing.

2.2 Event

2.2.1 Definisi Event

Event menurut Noor (2013) merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat dikatakan bahwa *event* adalah sebuah program yang akan dilakukan secara terencana untuk satu tujuan. *Event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* memiliki ciri tersendiri. Karakteristik *event* menurut Noor (2013) ada lima yaitu keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana, pelayanan dan interaksi personal.

a. Keunikan

Kunci suksesnya sebuah *event* adalah pengembangan ide. Setiap *event* harus memiliki sesuatu yang berbeda dengan *event* lain. *Event* yang pernah diselenggarakan pastinya masih dapat diulangi pada kesempatan lain, misalnya *event* yang biasa diselenggarakan secara reguler. Tetapi, keunikan harus tetap muncul dengan memberikan sedikit perubahan dalam konsep atau ide tambahan pada setiap penyelenggaraan *event* meskipun memiliki tema yang sama.

b. *Perishability*/Mudah rusak

Setiap *event* yang dilaksanakan tidak akan pernah sama. Dua *event* yang sama diselenggarakan pada waktu dan tempat yang sama pastinya tidak akan menghasilkan *event* yang sama pula. *Perishability* berhubungan dengan penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*. Contoh dari *perishability* adalah fasilitas penyewaan gedung, *ballroom*, *meeting room*, ataupun *venue* lainnya yang digunakan untuk tempat penyelenggaraan *event*.

c. *Intangibility*/Tidak dapat dipahami

Setelah menghadiri *event*, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari terselenggaranya suatu *event*. Hal ini merupakan tantangan untuk merubah bentuk pelayanan *intangibility* menjadi sesuatu yang berwujud, sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam

event mampu mengubah persepsi pengunjung. Dengan memberika pelayanan yang optimal dan sebisa mungkin mencapai ekspektasi pengunjung *event* yang hadir agar dapat memberikan kesan tersendiri dan tidak akan dilupakan oleh pengunjung *event* yang hadir. Misalnya dengan memberikan hal-hal kecil yang bisa dibawa pulang pengunjung selepas dari terselenggaranya *event*. Contohnya seperti cinderamata dengan desain yang unik dan dapat bermanfaat, desain dekorasi yang unik, pengaturan audio visual yang baik dan lain sebagainya.

d. Suasana dan pelayanan

Event yang dilangsungkan pada saat suasana yang tepat akan menghasilkan kesuksesan yang besar, tetapi sebaliknya *event* akan mengalami kegagalan karena diselenggarakan pada waktu yang tidak tepat. Misalnya pada *event* prosesi akad nikah yang merupakan acara sakral, suasana yang dibangun harus sesuai dengan prosesi akan nikah mulai dari keadaan lingkungan yang tenang, tersedianya segala keperluan yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran prosesi akad tersebut, sampai pada pemilihan musik iringan yang tepat pada saat prosesi akad nikah berlangsung. Hal-hal tersebut sangat perlu diperhatikan setiap detilnya bagi suatu *event organizer* untuk menghindari kegagalan *event* atau dapat menimbulkan suatu pengalaman yang tidak menyenangkan pada saat *event* sehingga *event* dapat berjalan dengan sukses tanpa ada gangguan atau masalah apapun.

e. Interaksi personal

Interaksi personal dari pengunjung merupakan kunci sukses penyelenggaraan *event*, misalnya pada *event Launching Product*, MC atau pembicara dapat berinteraksi dengan para peserta seperti pada *session* tanya jawab dengan peserta yang akan membuat suasana *event* menjadi lebih hidup.

2.2.2 Jenis – jenis *event*

Event menurut Noor (2013) dikategorikan berdasarkan ukuran dan besarnya, dibagi menjadi mega *event*, *hallmark event*, dan *major event*. Semakin luas ruang lingkup penyelenggaraan *event*, maka semakin kompleks persiapan yang harus

dilakukan. Kategori *event* tersebut berhubungan dengan dampak penyelenggaraan *event*.

a. *Mega Event*

Mega event adalah *event* yang sangat besar, memberikan dampak ekonomi yang besar pada masyarakat sekitar atau bahkan pada negara penyelenggaraan dan diinformasikan serta diliput melalui tayangan berbagai media. Contohnya seperti Olimpiade, Piala Dunia, dan *Sea Games*.

b. *Hallmark Event*

Hallmark Event identik dengan karakter atau etos dari suatu wilayah, kota atau daerah di suatu tempat, contohnya seperti Festival Jember. *Hallmark event* mampu meningkatkan pendapatan masyarakat selama kegiatan berlangsung karena *event* ini sangat menarik pengunjung untuk hadir.

c. *Major Event*

Major event merupakan *event* yang secara ukuran mampu menarik media untuk meliput, menarik sejumlah pengunjung yang besar untuk menghadiri *event* tersebut dan memberikan dampak peningkatan ekonomi secara signifikan dan sifatnya tahunan. Contohnya seperti *Australian Open*, *US Open*, *Indonesia Open*. Contohnya seperti *Australian Open*, *US Open*, *Indonesia Open*. Alasan penting mengapa *event* dikategorikan sebagai *major event* adalah:

- 1) *Event* yang ditampilkan meliputi kompetisi antar tim atau perorangan yang diikuti oleh peserta dari berbagai negara.
- 2) *Event* tersebut harus menarik banyak pengunjung baik secara nasional atau internasional.
- 3) Adanya media yang meliput *event* tersebut dan dapat dinikmati oleh masyarakat diseluruh dunia.
- 4) Merupakan *event* keolahragaan internasional yang telah terjadwal sepanjang tahun.

2.3 MICE

Kepanjangan dari MICE itu sendiri *meeting, incentive, conference, exhibition* adalah sebagai berikut:

a. *Meeting*

Menurut Kesrul (2004) *Meeting* adalah suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkata SDM, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.

b. *Incentive*

Menurut Kesrul (2004) *incentive* merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata, atau barang.

c. *Conference*

Menurut Kesrul (2004) *conference* atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata karena, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topic tawanan perang dan sebagainya.

d. *Exhibition*

Exhibition berarti pameran, menurut Kesrul (2004) *exhibition* adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan disuatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda.

2.4 Tahap Produksi *Event*

2.4.1 Tahap Produksi Pra *Event*

Dalam memproduksi sebuah *event* setara dengan memproduksi sebuah acara televisi, karena akan melibatkan banyak sekali sumber daya manusia, banyak peralatan, memerlukan waktu yang tidak sedikit serta biaya yang cukup banyak. Maka dapat dikatakan bahwa sebuah *event* juga harus memiliki proses produksi. Terdapat proses produksi yang disebutkan oleh Wibowo (2009) yaitu:

a. Memikirkan ide untuk dijadikan konsep

Sebelum membuat kemasan acara, terlebih dahulu harus memahami hal-hal yang melatar belakangi penyelenggara acara dan tujuan spesifiknya. Dengan pemahaman tersebut dapat mengklasifikasikan sponsor-sponsor yang akan ikut serta menjadikan kemasan acara tidak menyimpang dari tujuan sebelumnya.

b. Pembentukan tim, pembagian kerja (*job description*)

Aspek penting dalam membentuk sebuah tim kerja yang sukses yaitu terdiri dari manajemen, *marketing*, dan *creator*. Faktor penting dalam tim adalah kekompakan, karena hal tersebut akan membuat *event* menjadi harapan setiap *event organizer*. Setiap orang yang ada dalam tim kerja harus mengetahui apa yang menjadi tanggung jawab serta harus mengemban tanggung jawab tersebut dengan sungguh-sungguh.

c. Pengembangan konsep kreatif (*rundown*), *talent*, *artistic*, dan desain

Rundown merupakan bagian terpenting dalam menjalankan sebuah *event*. *Rundown* adalah jadwal sebuah acara yang dibuat secara detail yang dihitung berdasarkan menit atau detik. Penyusun *rundown* membutuhkan seni imajinasi yang baik agar menghasilkan suatu sajian acara yang baik. *Talent* adalah seseorang atau lebih, dapat berupa sebuah kelompok yang memiliki tugas menampilkan sesuatu yang menarik dan menghibur. *Talent* adalah pengisi acara sebuah *event* sehingga sangat tergantung dari kebutuhan *event*. Dalam sebuah *event* biasanya menampilkan *talent* utama dan *talent* pendukung.

d. Penentuan atau observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, dokumentasi, dan lain-lain. Dalam penyelenggaraan acara, tempat atau lokasi penyelenggaraan acara sangat berpengaruh terhadap keberhasilan

event organizer. Ada beberapa pertimbangan dalam memilih lokasi penyelenggaraan acara diantaranya:

- 1) Sesuai tema *event*: dalam memilih tempat untuk sebuah *event* harus didasarkan pada jenis *event* yang akan dibuat dan sesuai dengan tema;
 - 2) Sesuai *image* produk: harus menjaga citra dari produk yang mensponsori, jika produk eksklusif, maka pilih tempat di pusat perbelanjaan eksklusif atau di gedung pertunjukan yang megah atau di *ballroom* hotel berbintang;
 - 3) Sesuai target audien: jika *event* yang digelar memiliki target audien anak muda, suka musik maka tempat yang sebaiknya dipilih adalah *hall* sebuah mall;
 - 4) Kemudahan akses dan jangkauan: tempat yang akan digunakan untuk penyelenggaraan *event* sebaiknya mudah dilalui oleh kendaraan dan mudah dijangkau;
 - 5) Nilai sejarah: jika sebuah *event* bertema sejarah maka tempat yang akan digunakan adalah halaman museum, monumen atau candi;
 - 6) Tempat wisata: tempat wisata alam seperti lereng gunung, tepi sungai dan pantai bisa digunakan sebagai tempat penyelenggaraan sebuah *event*;
 - 7) Nilai artistik: bangunan yang memiliki nilai artistik dapat digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *event*;
 - 8) Faktor keamanan dan kenyamanan: sebuah *event* akan sukses jika pengunjung merasakan keamanan dan kenyamanan dalam menikmati *event* tersebut;
 - 9) Besar kecilnya *event*: memilih tempat *event* harus memperhitungkan skala *event* yang akan digelar. Bila *event* berskala nasional dan dihadiri oleh ribuan orang, maka tempat yang digunakan adalah stadion olahraga;
 - 10) Sesuai *budget*: *budget* adalah yang membatasi sebuah *event* dalam memilih lokasi. Tempat yang bagus dengan skala fasilitas memiliki biaya yang tinggi. Sebelum memilih tempat, sebuah *event organizer* harus melakukan observasi secara detail terhadap tempat tersebut serta dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari tempat tersebut;
- e. Penyelesaian administrasi, kontrak, perijinan, tempat, *ticketing* dan lain-lain

2.4.2 Tahap Produksi *On Event*

Menurut Hafidz (2007), tahap produksi adalah saat semua tim bekerja di lapangan mempersiapkan *event* sampai *event* selesai digelar. Dalam tahap produksi, kinerja sebuah *event organizer* akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak, baik itu penyandang dana atau sponsor, *supplier* maupun *event organizer* lain, terutama penonton. Bila dalam tahap pra produksi semua tahap sudah jelas dan terkonsep, maka dalam tahap produksi akan berjalan lancar. Pada tahap produksi hal-hal yang dilakukan dalam sebuah penyelenggaraan acara adalah (Hafidz, 2007):

- a. Kesiapan pengisi acara
- b. Kesiapan perlengkapan
- c. Kesiapan pengamanan
- d. Kesiapan kru
- e. Proses *event* sesuai dengan *rundown*

2.4.3 Tahap Produksi *Post Event*

Hafidz (2007) menjelaskan tahap pasca produksi adalah tahapan di mana *event organizer* bertanggung jawabkan pekerjaan secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab *event organizer* dilaporkan pada pemberi kerja disertai evaluasi dan dilengkapi dengan dokumentasi. Pada tahap pasca produksi, hal-hal yang dilakukan adalah:

- a. Evaluasi
Setelah acara dilangsungkan, dilakukan rapat evaluasi secara internal yang sekaligus merupakan pembubaran panitia. Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh tim tentang kelebihan dan kekurangan *event* yang digelar untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan *event* mendatang. Memeriksa kembali *event* yang telah dilaksanakan sesuai dengan desain acara, baik dalam tema, pengeluaran, maupun pendapatan.
- b. Pembuatan laporan
Hasil rapat evaluasi dapat dijadikan laporan yang ditujukan kepada sponsor atau pihak penyelenggara sebagai bentuk pertanggungjawaban secara tertulis,

isi pertanggungjawaban disertai bukti dokumentasi yang diinginkan oleh pihak sponsor misalnya foto kegiatan, materi promo, brosur, undangan dan lain-lain.

Tahap pasca produksi *event* adalah tahap akhir dari proses produksi, dalam kegiatan ini tahap pasca produksi merupakan tahap penentuan apakah *event* tersebut berjalan dengan baik atau tidak sesuai dengan rencana awal, dan juga evaluasi yang dilakukan diperuntukkan sebagai motivasi untuk penyelenggara agar dapat memperbaiki kesalahan dan dapat mengangkat ide yang lebih kreatif lagi untuk *event* berikutnya (Wibowo, 2009). Menurut Natoradjo (2011), ada tiga tahap dalam evaluasi *event* yaitu:

- a. Tahap persiapan, pada tahap ini termasuk:
 - 1) Evaluasi data dan informasi tentang pasar *event*
 - 2) Evaluasi kelengkapan desain *event*
 - 3) Evaluasi tentang *event timeline*
- b. Tahap pelaksanaan, merupakan tahap evaluasi pada hari H, saat berlangsungnya acara. Pada tahap pelaksanaan ini melihat apakah ada kekurangan yang dapat diperbaiki demi masa mendatang.
- c. Tahap akhir, merupakan tahap evaluasi mengenai dampak atau hasil *event*. Menyangkut penilaian sampai seberapa jauh acara telah memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan serta harapan para *stakeholder*.

BAB III. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA

3.1 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.1.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata merupakan mata kuliah wajib Program studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember yang harus ditempuh setiap mahasiswa Diploma III Usaha Perjalanan Wisata guna menyusun laporan Praktek Kerja Nyata sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) khususnya di bidang Usaha Perjalanan Wisata. Dengan adanya persyaratan tersebut, maka mahasiswa di akhir semester wajib melaksanakan. Praktek Kerja Nyata atau Magang, apabila mahasiswa telah menyelesaikan minimal 100 SKS dari jumlah total 114 SKS yang harus diselesaikan.

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata dapat dilaksanakan di instansi pemerintahan, perusahaan milik Negara maupun perusahaan milik swasta dengan syarat adanya persetujuan dari instansi yang bersangkutan. Praktek Kerja Nyata dilaksanakan sesuai dengan kurikulum dan program yang telah ditentukan oleh Ketua Program Studi dan Ketua Jurusan. Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mempraktekkan teori yang sudah didapat mahasiswa di bangku kuliah sehingga mengetahui dengan benar fungsi dan kegunaan teori yang dipelajari dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

3.1.2 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Tempat pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang dilakukan penulis adalah di PT. Inti Global 99 Malang yang beralamat di Taman Permata Kendalsari No.10, Tulusrejo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur – Indonesia. Lokasinya yang sangat strategis berada di pusat kota dan jalan utama yang menghubungkan beberapa kawasan sehingga membuat PT. Inti Global 99 Malang mudah dijangkau.

3.1.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata (PKN) di PT. Inti Global 99 yang berlangsung selama 4 (empat) bulan dimulai dari tanggal 7 Januari 2019 sampai dengan tanggal 7 Mei 2019. Adapun hari efektif Praktek Kerja Nyata pada PT. Inti Global 99 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1.3 Hari dan Jam Kerja Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata (PKN)

| Hari Kerja | Jam Kerja | Jam Istirahat |
|---------------|-------------------|-------------------|
| Senin – Jumat | 08.00 – 16.00 WIB | 12.00 – 13.00 WIB |
| Sabtu | 08.00 – 13.00 WIB | - |
| Minggu | Libur | Libur |

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini adalah data kualitatif. Menurut Moleong (2007) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang hal-hal yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Data pada pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini berupa hasil wawancara penulis dengan *staff* PT. Inti Global 99 yang bernama Yulia Rahman yang ada di divisi *Mice Department* PT. Inti Global 99 Malang.

3.2.3 Sumber Data

Sumber data dapat dibedakan menjadi dua yaitu Sumber Data Primer dan Sumber Data Sekunder. Sumber data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa *interview*, observasi, dan pengamatan secara langsung di PT. Inti Global 99. Sedangkan Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari pihak lain berupa data olahan yang memperkuat data primer. Sumber data sekunder seperti artikel, internet, skripsi, jurnal yang berhubungan dengan *event*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini adalah sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan menggunakan buku, internet, dan jurnal yang berhubungan dengan prosedur *event* yang ada di PT. Inti Global 99.

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan wawancara kepada *informan* sebagai bahan untuk membuat laporan Praktek Kerja Nyata. Wawancara dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung kepada *Staff* PT. Inti Global 99 yang bernama Yulia Rahman yang ada di PT. Inti Global 99 . Dalam laporan ini penulis melakukan wawancara secara bebas yaitu penulis tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan yang akan diajukan tetapi hanya membuat poin-poin berisi tentang masalah yang ingin diketahui.

c. Observasi

Riduwan (2004) mengatakan bahwa metode observasi adalah pengumpulan data dengan cara observasi atau pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Pengamatan ini dilakukan secara langsung di PT. Inti Global 99.

BAB V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

PT. Inti Global 99 adalah salah satu perusahaan jasa *event organizer* di Malang, yang masih berada di bawah naungan CV *Greenline 99 Advertising*. Dari praktek kerja nyata yang sudah dilakukan oleh penulis di PT. Inti Global 99 pada divisi *event organizer* dapat disimpulkan bahwa PT. Inti Global 99 sudah menjalankan semua prosedur dan menyelenggarakan *event* sesuai prosedur pelaksanaan *event* yaitu: Tahap Pelaksanaan *Event (Pra Event)*, Tahap Pelaksanaan *Event (On Event)*, dan Tahap Pasca *Event (Post Event)*.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada PT. Inti Global 99 khususnya divisi MICE diantaranya adalah:

- a. Setiap divisi agar lebih tertib dalam menjalankan proses pelaksanaan *event* supaya semua pelaksanaan *event* dapat berjalan lebih baik dan sempurna.
- b. Mengoptimalkan kerja dari divisi *marketing* untuk memberikan informasi dengan tujuan meningkatkan *brand* maupun konsumen yang baik langsung maupun tidak langsung agar meningkatkan *income* per semester sesuai target perusahaan.
- c. Memperbanyak dan memperluas jaringan klien maupun kerjasama dengan *vendor* yang terkait dengan pelaksanaan *event* tidak hanya di daerah Jawa Timur dan Bali tapi juga ke daerah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Beatrix, S. 2006. *I love To Organize*. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.
- Hafidz, I. N. 2007. *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kesrul, M. 2004. *Meeting Incentive Trip Conference Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Maryati. 2008. *Manajemen Perkantoran Efektif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Megananda, Y, dan J.A. Wijaya. 2009. *7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Moleong, L. 2007 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyadi, A. J. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia.
- Mulyadi, A. J. 2013. *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Jakarta: Salemba Empat.
- Natoradjo, S. 2011. *Event Organizer: Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nuraida, I. 2008. *Manajemen Administrasi Perkantoran*. Yogyakarta: Kanisius
- Noor, A. 2013. *Manajemen Event*. Bandung : Alfabeta
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta
- Webber, D, J., J. Whitfield., L. Dioko., dan L. Zhang. 2010. *Attracting Convention and Exhibition Attendance to Complex Mice Venues*:

Emerging Data from Macao. *International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res.*1-11

Wibowo. 2009. *Manajemen Kerja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Tempat Magang



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586 Jember 68121

Nomor : 5057 /UN25.1.2/SP/2018
Lampiran : satu eksemplar
Hal : Permohonan tempat magang

26 Desember 2018

Yth. Pimpinan
PT. Inti Global 99
Ruko Tumenggung Suryo 11D Purwantoro Blimbing
Malang

Dengan hormat,

Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktik Kerja Nyata) untuk penyelesaian laporan tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka kami berharap kesediaan saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang saudara pimpin.

Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang yaitu :

N a m a : Anand Novansyah Pratama
NIM : 160903102016
Program Studi : D III Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1(satu) eksemplar proposal Praktik Kerja Nyata (PKN).

Atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
NIP 196106081988021001

Lampiran 2. Surat Penerimaan Mahasiswa Praktek Kerja Nyata

GLOBAL99

Nomor : 012/HRD-GB99/I/2019
Hal : Pernyataan Penerimaan Mahasiswa Praktek Kerja Nyata (Magang)

Malang , 01 Januari 2019

Kepada
**Yth . Ketua Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata
FISIP Univ. Jember
Di tempat**

Dengan Hormat ,
Menindaklajuti Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan dengan nomor : 5057 / UN25 1.2/SP/2018,
Bersama dengan surat ini kami **BERSEDIA** memberikan kesempatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
kepada mahasiswa FISIP Univ Jember mulai dari 7 Januari s d 7 Mei 2019 Berikut ini nama mahasiswa
yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan adalah :

| | |
|----------------------|---|
| Nama | : Anand Novansyah Pratama |
| NIM | : 160903102016 |
| Alamat | : Dsn. KP Krajan Barat, Ds. Gudang, RT/RW 01/05, Kec. Asembagus, Kab Situbondo |
| Alamat Kampus | : Jl. Kalimantan No. 37, Kampus Tegalboto, Sumpersari, Jember, Jawa Timur 68121 |
| Program Studi | : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata |

Demikian surat ini kami sampaikan , atas perhatian dan kerja samanya , kami Ucapkan Terima Kasih .

Hormat kami
GLOBAL99

(M. Syafari Hanafie)
Direktur

www.globalevent99.com
✉ : info.global99management@gmail.com

Lampiran 3. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586 Jember 68121

SURAT TUGAS

Nomor : 012 /UN25.1.2/SP/2019

Berdasarkan surat dari Global 99 nomor : 012/HRD-GB99/1/2019 tanggal 1 Januari 2019, perihal Pernyataan Penerimaan Mahasiswa Praktek Kerja Nyata (Magang), maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : **Anand Novansyah Pratama**
NIM : 160903102016
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja/Magang di Global 99 terhitung mulai tanggal 7 Januari 2019 s.d 7 Mei 2019.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 2 Januari 2018
a.n. D e k a n
Wakil Dekan I,



Dr. Hadi Prayitno, M. Kes
NIP. 196106081988021001

Tembusan
1. Direktur Global 99
2. Kaprodi DIII Usaha Perjalanan Wisata FISIP UNEJ
3. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 4. Logo PT. Inti Global 99



Lampiran 5. Kantor PT. Inti Global 99



Lampiran 6. Ruang Mahasiswa Praktek Kerja Nyata di PT. Inti Global 99



Lampiran 7. *Event Nestle Golden Dairy Awards 2019*



