

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Setiap penelitian tentu memiliki keterkaitan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang telah ada akan menjadi acuan maupun landasan bagi penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa penelitian yang menjadi landasan pada kajian ini yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Adam Muarif, Achmad Syarifudin, and Muhammad Randicha Hamandia 2024)	Analisis Faktor Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia)	penelitian kualitatif	Proses pengelolaan event di CV. Soundtrack Indonesia melibatkan lima langkah: <i>Research, Design, Planning, Coordination,</i> dan <i>Evaluation</i> . Pada tahap <i>Research</i> , dilakukan analisis SWOT; tahap <i>Design</i> menggunakan <i>brainstorming</i> dengan <i>mind mapping</i> ; tahap <i>Planning</i> mengaplikasikan 5W+1H; tahap <i>Coordination</i> mengkoordinasikan semua pihak terkait; dan tahap <i>Evaluation</i> meliputi tiga fase: evaluasi persiapan, evaluasi saat pelaksanaan acara (hari H), dan evaluasi pasca acara untuk menilai dampak atau hasilnya.

2	(Dewidianto, Manalullaili, and Ayu Ningsih 2024)	Analisis Komparasi SWOT Strategi 7P di Jasa <i>Event Organizer</i> PT. Craton Indonesia antara Perusahaan dan Pelanggan di Jakarta Selatan	Penelitian kualitatif	PT. Craton Indonesia menggunakan strategi bauran pemasaran 7P yang terdiri dari <i>Product, Price, Promotion, Place, People, Process,</i> dan <i>Physical Evidence</i> yang bertujuan untuk mencari keuntungan atau profit dan meningkatkan jumlah pelanggan.
3	(Hadiani, Munawar, and Supriatna 2019)	Keputusan Memilih Jasa <i>Wedding Organizer</i> Berdasarkan <i>Physical Evidence Factor</i> (Studi Kasus pada CV. Anpian Wedding Organizer Ciamis).	penelitian kuantitatif	<i>Elemen physical vidence</i> baik dimensi <i>servicescape</i> maupun komunikasi fisik lainnya secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih jasa <i>wedding organizer</i>

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, ke semuanya memiliki kesamaan dari segi tema kajian mengenai strategi maupun inovasi yang dilakukan oleh *event organizer* tetapi perbedaan kajian tersebut dengan apa yang peneliti kaji terletak pada metode yang digunakan serta fokus pembahasan di mana pada kajian peneliti ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan terkait inovasi yang dihasilkan serta faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan inovasi tersebut oleh penyewaan jasa *event organizer New Afgan Nada*.

2.1.2 Landasan Teori

a. Inovasi

Inovasi secara etimologi berasal dari kata Latin "*innovation*" yang berarti pembaruan atau perubahan. Sedangkan kata kerjanya "*innovo*" memiliki arti

mengubah atau memperbaharui. Secara umum, inovasi merujuk pada suatu perubahan baru yang bertujuan untuk perbaikan. Dengan demikian, inovasi adalah penerapan cara atau metode baru dari tahap input hingga output yang dapat menghasilkan perubahan yang nyata dan berhasil (Kholifah 2021). Pendapat lainnya dari (Batoebara 2021) inovasi adalah suatu ide, alat, atau konsep baru yang sebelumnya belum pernah ada, dengan harapan bahwa keberadaan hal baru ini akan menjadi sesuatu yang menarik dan bermanfaat.

Disisi lain menurut (Solong and Muliadi 2021) inovasi adalah perubahan yang direncanakan secara matang. Sebelum inovasi diterapkan, terlebih dahulu dilakukan kajian mendalam terkait inovasi yang akan dijalankan. Inovasi dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan peralatan baru dalam lingkungan pemerintahan. Langkah ini bertujuan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam proses pelayanan, yang pada akhirnya ditujukan untuk meningkatkan kualitas layanan bagi masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi ialah ide, metode, atau objek yang dipersepsikan oleh individu dalam mengembangkan atau menciptakan hal baru untuk meningkatkan kualitas layanan bagi oranglain.

Tujuan dari inovasi menurut (Diharto 2022) adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas: Secara umum, tujuan inovasi di berbagai bidang adalah untuk meningkatkan kualitas serta nilai dari hal-hal yang sudah ada, baik itu produk maupun layanan. Dengan adanya inovasi baru, diharapkan produk-produk tersebut menjadi lebih unggul dan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan sebelumnya.
- 3 Mengurangi Biaya: Inovasi juga bertujuan untuk membantu mengurangi biaya, terutama biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, banyak mesin atau

peralatan yang kini diciptakan untuk menggantikan tenaga manusia dalam proses produksi.

- 4 Menciptakan Pasar Baru: Dengan adanya produk yang lebih bernilai hasil dari inovasi, hal ini dapat menciptakan pasar baru di kalangan masyarakat.
- 5 Memperluas Jangkauan Produk: Contohnya dapat dilihat pada bisnis e-commerce saat ini, di mana para pengusaha memperluas jangkauan produk mereka dengan memanfaatkan internet yang dapat diakses oleh lebih banyak calon konsumen potensial.
- 6 Mengganti Produk/Layanan: Inovasi juga bertujuan untuk menggantikan produk atau layanan yang dianggap kurang efektif atau efisien.
- 7 Mengurangi Konsumsi Energi: Manusia terus berusaha menghemat penggunaan energi, yang menyebabkan banyak inovasi dilakukan.

b. Event Organizer

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, kegiatan promosi dan penyelenggaraan acara menjadi strategi penting bagi berbagai institusi untuk memperkuat citra, menarik perhatian audiens, dan membangun interaksi dengan target pasar. Berbagai perusahaan, lembaga pendidikan, dan organisasi berlomba-lomba untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi khalayak mereka. Untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan perencanaan yang matang dan kemampuan dalam mengelola berbagai aspek acara secara profesional. Oleh karena itu, keterlibatan *Event Organizer* (EO) dalam membantu penyelenggaraan acara telah menjadi pilihan umum, karena EO mampu mengelola acara dengan pendekatan yang efektif, fleksibel, dan berorientasi pada hasil.

Menurut (Fitriansyah et al. 2022) *Event Management* atau *Event Organizer* merupakan salah satu wadah komunikasi yang sangat efektif dan fleksibel dalam melakukan sebuah kegiatan promosi ataupun dalam menyelenggarakan sebuah acara. EO atau *Event Organizer* merupakan sarana komunikasi yang baik untuk promosi dan pemasaran yang sudah banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, sekolah tingkat dasar, menengah maupun perguruan tinggi dengan berkerjasama dengan EO untuk mengadakan sebuah acara/event mereka sendiri.

Menurut (Dewidianto, Manalullaili, and Ayu Ningsih 2024) *Event Organizer* juga sering disebut sebagai suatu perusahaan atau organisasi penyedia jasa profesional untuk menyelenggarakan suatu acara formal dan non formal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Event Organizer* ialah perusahaan atau organisasi yang bertugas untuk mengumpulkan dan menyatukan sekelompok orang dengan tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, hingga kegiatan pribadi seseorang dengan tugasnya mulai dari pembuatan konsep, perencanaan, persiapan, eksekusi, hingga pelaksanaan acara untuk membantu pelanggan mencapai tujuan pelanggan.

Bentuk acara, mulai dari pesta ulang tahun di rumah hingga skala Olimpiade dunia, memerlukan peran dari *Event Organizer* (EO). Tanpa keterlibatan EO, acara tersebut tidak dapat terlaksana. Istilah untuk menyebut *Event Organizer* bisa bervariasi, seperti misalnya: *Production, Communication, Biro Jasa/Agency, Management, Panitia Pelaksana, Organizing Committee, Entertainment*, dan lain-lain. Menurut buku Modul *Event Organizer* oleh Jeaneta Josefin Rumerung dalam (Darmawan 2024) pada praktiknya, setiap EO mempunyai klasifikasi khusus berdasarkan jenis-jenis acara yang diselenggarakan. Berikut dua klasifikasi EO:

1. EO Spesialisasi Kontraktor. EO ini spesialis melayani keperluan perusahaan atau instansi yang akan mempunyai hajat. Hampir seluruhnya memiliki acara yang bersifat internal atau program yang disusun secara khusus oleh mereka sendiri. Untuk melaksanakannya, mereka biasanya menggandeng EO demi efisiensi dan keberhasilan acara tersebut. Misalnya, acara ulang tahun perusahaan, acara pertemuan konsumen, promosi langsung, dan lain-lain.
2. EO Spesialisasi Program. EO ini mengandalkan sebagian besar hidupnya melalui program atau konsep acara yang dibuat untuk dijual kepada sponsor. Misalnya, acara pameran, kompetisi olahraga atau otomotif, dan lain-lain.

Dalam dunia penyelenggaraan acara, peran *Event Organizer* (EO) sangat krusial untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan acara, baik dalam skala kecil seperti pesta ulang tahun hingga acara internasional seperti Olimpiade. Keberadaan EO menjadi fondasi penting yang memungkinkan acara dapat berjalan sesuai rencana, dan setiap EO memiliki klasifikasi serta spesialisasi yang berbeda sesuai dengan jenis acara yang ditangani. EO spesialisasi kontraktor, misalnya, melayani kebutuhan internal perusahaan dan instansi, sementara EO spesialisasi program berfokus pada acara yang dijual ke sponsor untuk menciptakan pengalaman publik yang menarik. Dengan variasi dan fleksibilitas yang mereka tawarkan, EO tidak hanya memenuhi kebutuhan acara, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi perusahaan dan sponsor dalam menyukseskan setiap program yang dirancang.

2.3 Metodologi

Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus di mana pengertian studi kasus sebagaimana pendapat Mudjia R, yang menyatakan bahwa studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara mendalam, rinci, dan

intensif terhadap suatu program, peristiwa, atau aktivitas, baik di tingkat individu, kelompok, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai peristiwa tersebut. Peristiwa yang dipilih untuk dianalisis biasanya merupakan hal yang aktual (*real-life events*) dan sedang berlangsung, bukan kejadian yang telah lewat. studi kasus berfokus pada konsep kasus, fenomena, ilmu sosial, dan pendekatan kualitatif.(Ridlo 2023)

Ada dua macam studi kasus. Pertama adalah studi kasus intrinsik, dimana peneliti tertarik untuk memahami individu atau situasi tertentu. Dia menjelaskan, secara rinci, rincian kasus untuk menjelaskan apa yang sedang terjadi. Kedua adalah studi kasus kolektif, di mana seorang peneliti mempelajari banyak kasus pada saat yang sama sebagai bagian dari satu studi keseluruhan. (Rashid 2022). Pada penelitian ini , menggunakan studi kasus intrinsi, dimana peneliti tertarik untuk memahami *New Afgan Nada Event Organizer*.

Tujuan utama studi kasus adalah untuk memberikan deskripsi atau penjelasan yang mendalam mengenai subjek penelitian, dengan menekankan pada karakteristik atau atribut yang dapat diamati dalam konteksnya. Hal ini mencakup statusnya sebagai unit analisis (kasus) serta interaksinya dengan suatu proses atau sistem dalam periode waktu tertentu (Rustendi 2023).

Di sisi lain, Yin (Ridlo 2023) menyarankan empat langkah analisis data dalam studi kasus, yaitu:

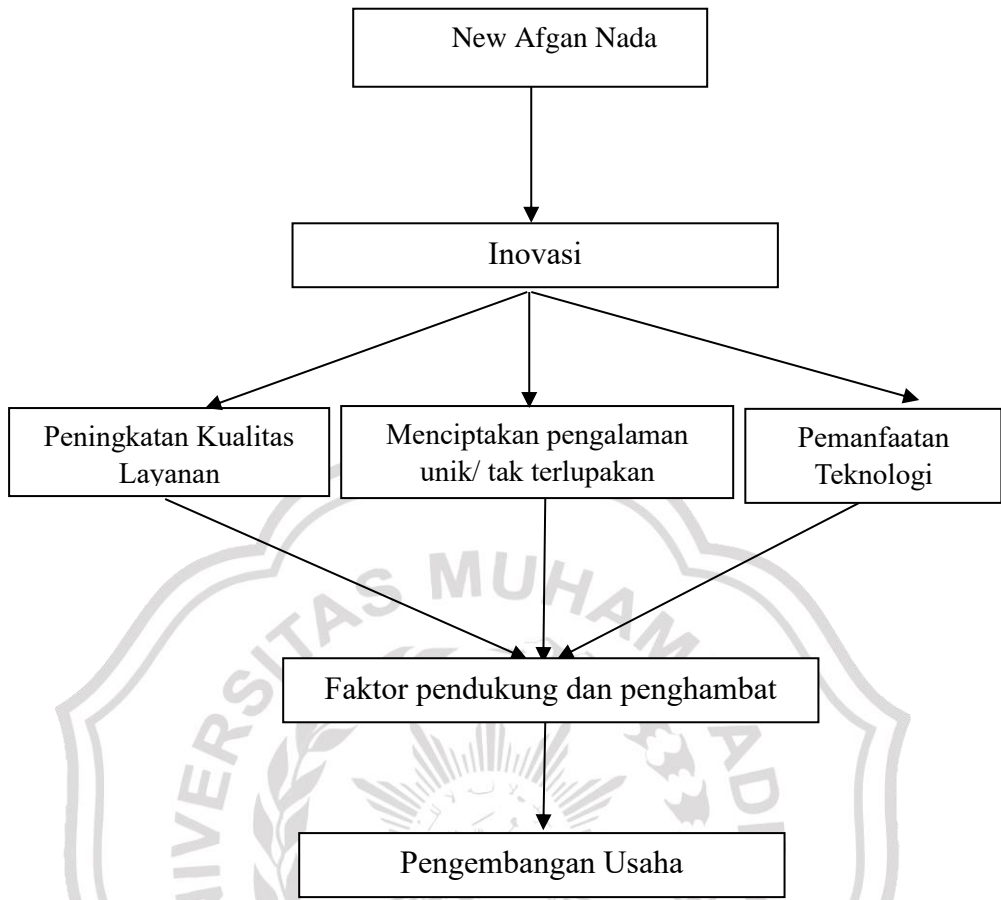
1. Membuat pola, yaitu dengan menghubungkan pola antara fakta di lapangan dan prediksi alternatif menggunakan logika penjadohan;
2. Pembuatan penjelasan untuk menganalisis data studi kasus;

3. Analisis deret waktu, yang digunakan jika pendekatan eksperimen diterapkan dalam penelitian; dan
4. Teknik model logika, yang melibatkan penggunaan model logika sebagai teknik analitik, yaitu mencocokkan peristiwa yang diamati secara empiris dengan peristiwa yang diprediksi secara teoritis.

Dengan menggunakan metodologi studi kasus di penyewaan jasa *event organizer* Afgan Nada, kajian ini berupaya mendeskripsikan dan mengeksplorasi data terkait inovasi yang dihasilkan serta faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan inovasi tersebut oleh penyewaan jasa *event organizer* Afgan Nada tersebut.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan alur penelitian yang akan dilakukan. Berikut kerangka penelitian pada kajian ini yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian