
UPAYA DAMO ENTERTAINMENT DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK UNTUK PENYELENGGARAAN EVENT DI MASA PANDEMI

Vallery Tanesha¹

¹Universitas Widya Kartika

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada dunia *entertainment*, terlebih mengenai *Event organizer*. *Event organizer* adalah penyedia jasa profesional dalam penyelenggara berbagai acara formal maupun non-formal. *Event organizer* atau *EO*, membuat rangkaian acara bagi *client* menjadi lebih baik dan lancar. Mendirikan bisnis *Event organizer* tidak semudah yang dibayangkan, apalagi langsung *handle* acara besar dengan melibatkan banyak orang. Jasa *Event organizer* merupakan salah satu jenis jasa yang memiliki banyak peminat untuk saat ini. Apalagi cakupan *Event organizer* sangat luas, tidak hanya satu jenis acara saja melainkan berbagai acara bisa ditangani dengan baik. Keterkaitan antara fenomena *Covid-19* ini dengan bisnis jasa *Event organizer* adalah situasi *pandemic covid* ini membuat para pekerja formal maupun non-formal penyedia jasa pembuatan event juga terkena imbasnya, baik secara ekonomi maupun internal kepengurusan perusahaan. Tujuan penelitian ini ingin mengetahui Bagaimana upaya *Damo Entertainment* untuk mempertahankan kepercayaan publik sehingga dapat membuat *event* di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik analisis data, teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa kepercayaan publik sangat penting dalam dunia kerja salah satunya untuk *Event Organizer* dengan menggunakan berapa faktor yang didapatkan melalui hasil wawancara dari 2 responden market.

Kata kunci: *Covid-19, Event organizer, Kepercayaan.*

Abstract

This research focuses on the world of entertainment, especially event organizers. Event organizers are professional service providers in organizing various formal and non-formal events. Event organizers or EOs make the series of events for clients better and smoother. Setting up an event organizer business is not as easy as you imagine, let alone directly handling large events involving many people. Event organizer services are a type of service that is currently in great demand. Moreover, the scope of event organizers is very broad, not only one type of event but various events can be handled well. The connection between the Covid-19 phenomenon and the event organizer service business is that the Covid pandemic situation means that formal and non-formal workers who provide event creation services are also affected, both economically and internally in company management. The aim of this research is to find out how Damo Entertainment is trying to maintain public trust so that it can hold events during the pandemic. This research uses qualitative methods, with data analysis techniques, data collection techniques using interview methods. The results of this research explain that public trust is very important in the world of work, one of which is for Event Organizers by using several factors obtained through interviews from 2 market respondents.

Keywords: *Covid-19, Event organizer, Trust.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, dewasa ini telah memperlihatkan ke arah yang menggemblakan. Terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa, baik itu skala kecil maupun besar. Salah satunya adalah *Event organizer*. Dalam pengertian ini yang dimaksudkan dengan *Event organizer* lebih mengarah pada profesi, yaitu suatu lembaga baik formal maupun non formal, yang dipercaya untuk melakukan kegiatan.

Pandemi *Covid-19* adalah pandemi dari virus corona yang pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Wuhan, Cina (WHO, 2020). Pertama kali, Indonesia mengkonfirmasi kasus *Covid-19* pada 2 Maret 2020 dengan Bapak Presiden Joko Widodo mengumumkan ada dua orang Indonesia positif terjangkit virus corona (detikcom, 2020). Kejadian munculnya pandemi *Covid-19* mampu melumpuhkan aktivitas semua kalangan masyarakat yang dilakukan di luar rumah. Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit ringan sampai berat, seperti *common cold* atau pilek dan penyakit yang serius seperti MERS dan SARS. Penularannya dari hewan ke manusia (*zoonosis*) dan penularan dari manusia ke manusia sangat terbatas. Masa pandemi *Covid-19* tidak bisa dikendalikan secara cepat sehingga membutuhkan penatalaksanaan yang begitu tepat baik dari pemerintah maupun masyarakat.

Situasi pandemi *Covid-19* masih merajalela di Indonesia hingga seluruh dunia, Situasi global pandemi *Covid-19* bisa menjadi salah satu masukan dan pembelajaran terkait respon nasional kita. Salah satu yang dianggap mempengaruhi peningkatan kasus di negara-negara tersebut adalah sudah dilakukannya berbagai pelanggaran dan penurunan kepatuhan terhadap protokol kesehatan seperti penggunaan masker, cuci tangan, dan jaga jarak. Pencegahan untuk memutus penularan *Covid-19* yang dihimbau oleh pemerintah adalah tetap tinggal di rumah.

Beberapa kantor perusahaan kembali dibuka untuk melakukan kegiatan ekonomi walau pandemi *Covid-19* masih berlangsung. Pembukaan kantor ini harus dibarengi protokol kesehatan yang ketat mengingat kantor menjadi klaster baru penularan. Menurut *Co-Founder Fittual Fest*, Jake Joaquin, tingkat keharusan sebuah kantor dibuka kembali tergantung pada kepentingan dan budaya kantor masing-masing. Menurutnya, ada beberapa perusahaan yang mau tak mau harus dibuka kembali karena kurang memungkinkan untuk memberlakukan kebijakan kerja dari rumah (WFH). Meski demikian, ada juga yang masih bisa menjalankan *Work From Home* (WFH) saat pandemi *Covid-19*. Bagi perusahaannya yang bergerak di bidang *event organizer*, pertemuan tatap muka adalah hal yang sangat penting. Hal ini mengingat koneksi internet tidak selalu mendukung dan produk akhir dari perusahaan adalah gelaran acara.

Pandemi virus corona atau *Covid-19* di Indonesia kian meluas penyebarannya. Jumlah pasien positif *virus* tersebut terus bertambah, dan akibatnya dampak yang ditimbulkan semakin besar. Tak hanya pada sektor kesehatan, tetapi juga berimbas pada sektor ekonomi. Sektor perputaran uang tersebut seketika terhenti karena keterbatasan gerak manusia. Biasanya, menjelang bulan Ramadhan, Jakarta tampak meriah karena ramai acara dan kegiatan yang dikemas oleh *event organizer* (EO). Namun saat ini, tak memungkinkan bagi pelaku industri tersebut untuk menggarap acara apapun di tengah pandemic *Covid-19* ini. Pelaku industri *event organizer* (EO) yang tergabung dalam komunitas *Backstagers* Indonesia mengaku sudah berada diambang kebangkrutan. (www.liputan6.com/health/read/4332346/dampak-covid-19-bagi-perusahaan-bidang-event-organizer).

Pandemi *Covid-19* ini tak hanya berdampak pada penurunan omzet, namun juga pemutusan hubungan kerja (PHK) yang tak terelakan. *Founder* *Backstagers* Indonesia, Bapak Krisnanto Soetrisman mengatakan, pelaku usaha industri *event organizer* hanya mampu bertahan dalam kurun waktu tak lama. Karena itu, komunitas ini melayangkan surat terbuka untuk mereka yang duduk di pemerintah. Surat terbuka ini merupakan pernyataan bersama

para pekerja dan pelaku *event*, perusahaan, perorangan, para pemilik usaha *event organizer*, para pekerja lepas *event*, para *vendor* produksi *event*, para pekerja seni panggung, para perkumpulan seniman, para seniman lepas, para penghibur panggung, para penyedia tempat *event*, dan para pengurusan perizinan. (<https://voi.id/berita/4671/jerit-pelaku-industri-i-event-organizer-i-yang-terpuruk-akibat-covid-19>).

Merebaknya *virus corona* di Indonesia telah berpengaruh besar pada seluruh sendi kehidupan. Jumlah penderita yang diketahui telah positif terjangkit yakni 450 orang pada Sabtu (21/3). Menyebabkan kematian 38 orang, serta 20 lainnya berhasil sembuh. Tak hanya dari segi kesehatan, segi perekonomian juga termasuk sektor yang paling terpukul atas keberadaan wabah asal Wuhan itu. Dari sisi perekonomian, pariwisata dan perdagangan global jadi dua lini yang sering disebut-sebut sebagai yang paling terpukul. Efek yang paling mudah dilihat adalah terjunnya nilai tukar rupiah hingga anjloknya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Di mana keseluruhannya bisa berimbas pada merosotnya pertumbuhan ekonomi. (<https://voi.id/berita/4671/jerit-pelaku-industri-i-event-organizer-i-yang-terpuruk-akibat-covid-19>).

Nyatanya dampak menyebarnya *Covid-19* itu tak berhenti di sektor makro saja. Industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) tak kalah terpukulnya. Kekhawatiran yang muncul di tengah masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah, telah membuat industri yang notabene tergolong *outdoor* itu kehilangan lahan penghasilan. Ketua Umum Dewan Industri *Event* Indonesia (Ivendo) Bapak Mulkan Kamaludin menyatakan ratusan pengusaha *event* terancam gulung tikar. Berdasarkan survei yang beliau lakukan hingga Kamis (18/3), yang telah diisi oleh 112 perusahaan *Event Organizer*, kerugian tercatat hingga Rp 2,6 triliun. Data itu hanya mewakili 10 persen dari total keseluruhan perusahaan. Beliau juga mengatakan telah terjadi 96.43 persen kasus penundaan dan 84.86 persen kasus pembatalan *event* di 17 provinsi pasca-pengumuman resmi pemerintah tanggal 2 Maret 2020. Jumlah itu menurut beliau, bisa jadi jauh lebih besar lagi. Sebab estimasi tersebut belum mencakup *vendor* yang bergerak di luar *EO*. Di samping itu mereka juga mengalami *potensial loss* pada dana-dana (deposit) yang sudah terlanjur dibayarkan atau terlanjur diproduksi. (<https://voi.id/berita/4671/jerit-pelaku-industri-i-event-organizer-i-yang-terpuruk-akibat-covid-19>).

Masalah yang dialami di Damo Entertainment dengan situasi saat ini adalah perbedaan pelaksanaan *event* disaat sebelum pandemi dan di saat pandemi, penurunan klien/peserta karena masa pandemi yang mempunyai batasan orang di tempat *event* tersebut, keterbatasan juri untuk penilaian lomba. Pandemi ini berlangsung, penulis juga akan melihat dari berbagai aspek manajemen, mulai dari keuangan, manajemen orang, hingga bagaimana *EO* tersebut membangun kepercayaan publik sehingga dapat menjalankan sebuah *event*. Dengan begitu penelitian ini dapat membantu penelitian-penelitian lainnya baik dari segi hasil maupun kritik yang didapatkan. Mengingat penelitian menggunakan tema dan subjek *EO* ini terjadi di era pandemi menjadi pembeda bagi penelitian-penelitian sebelumnya.

Fenomena, *Event organizer* diperlukan bila perusahaan ingin mendapatkan sebuah *event* yang hendak dikelola secara profesional. *Event organizer* dapat pula bertindak sebagai konsultan perusahaan dalam hal pembuatan *event* maupun sekaligus sebagai pelaksana. Dapat saja terjadi kerja sama antar internal perusahaan dengan pihak eksternal yaitu *event organizer*. *Event organizer* memainkan peran sebagai koordinator dan menjalin komunikasi dengan

berbagai suplier dan kontraktor yang terkait dengan *event*. *Event organizer* sebagai organisasi penyedia jasa penyelenggaraan *event*.

Hal ini serupa dengan hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa Memulai usaha di bidang *EO* ternyata tidaklah sesulit yang dibayangkan orang. Artikel ini juga membahas beberapa tips atau langkah langkah yang dapat dilakukan untuk memulai usaha *EO* (Dedy Arfiyanto, RB. Imam Faris *Eco-entrepreneur*, 2016). Selain itu juga banyak penelitian telah dilakukan mengenai adanya pengaruh yang signifikan Hasil menunjukkan bahwa individual entrepreneurial *orientation* memiliki peran lebih besar dibandingkan *organizational citizenship behavior* (Desiana Angelina, Jimmy Ellya Kurniawan, 2021).

Di dalam skripsi ini, penulis akan mengulik lebih dalam di salah satu bisnis jasa *Event organizer* yaitu Damo Entertainment. Damo Entertainment merupakan *Your Event & Competition Organizer* yang didirikan oleh Jonathan Acel Fabianrico dan telah berdiri sejak tahun 2019 di daerah Surabaya Timur yang bermula dari menjual jasa *Band Event organizer* dan sampai akhirnya mencetuskan suatu *Event organizer* yang berbeda salah satunya mengadakan perlombaan *Dance* dan *Sing cover* yang telah berjalan 3 tahun belakangan ini. Terdapat beberapa segi perekonomian dan segi *management* yang ia jalani dari awal tahun berdiri hingga sekarang.

Selama ini, Damo Entertainment masih dibantu oleh 2 *market* yang masih bekerja sama yang artinya belum bisa berdiri sendiri dengan tanpa bantuan. Di sisi lain juga, penulis ingin mengulik juga mengapa *event* yang dirangkai oleh Damo Entertainment selalu ramai padahal tidak semua kalangan dan semua orang suka dengan Korea / *K-Pop*. Spesialnya dari *Damo Entertainment* yaitu *EO* ini menyelenggarakan perlombaan *Singing Competition* dan *Dance Cover Competition*, *EO* yang lain kebanyakan menjual jasa acara *Sweet 17*, pernikahan atau acara *corporate*.

Keterkaitan antara fenomena *Covid-19* ini dengan bisnis jasa *Event Organizer* adalah membuat para pekerja formal maupun non-formal penyedia jasa pembuatan *event* juga terkena imbasnya, baik secara ekonomi maupun internal kepengurusan *Event Organizer*. Dengan munculnya fenomena ini peneliti ingin melihat bagaimana *Event Organizer* tersebut dapat *survive* selama masa pandemi. Upaya yang dilakukan untuk membangun kepercayaan public agar dapat menjalankan *event* dimasa pandemi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya membangun kepercayaan publik yang dilakukan oleh Damo Entertainment dalam menjalankan *event* di masa pandemi. Batasan penelitian ini adalah upaya Damo Entertainment membangun kepercayaan publik agar dapat menjalankan *event* di masa pandemi ini. Manajemen usaha adalah salah satu kegiatan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha sehingga tujuan-tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Hal ini biasanya mencakup produksi bahan, mengelola keuangan, mengelola aset dan melibatkan strategi pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data penelitian ini adalah data primer yang Menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan diperoleh dari 2 narasumber yang pernah / sedang bekerja sama dengan

Damo Entertainment di *Galaxy Mall* yang bersedia menjadi responden. Menurut Supriati (2012:38) objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di tempat penelitian dilakukan. Objek penelitian yang diambil adalah *Event organizer Damo Entertainment* di Surabaya yaitu *Event organizer* di kota Surabaya. Subjek Penelitian ini adalah para narasumber yang telah bekerja sama dengan *Damo Entertainment*. Teknik Analisis yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Menurut Qomariyatus Sholihah dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Metodologi Penelitian* (2020) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses observasi atau pengamatan objek secara mendalam dengan menggunakan pengalaman sebagai dasar analisisnya. Metode ini kerap digunakan dalam penelitian ilmu sosial. Dalam penyusunan skripsi ini untuk kesempurnaannya penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini, peneliti akan menjabarkan hasil – hasil yang sudah didapatkan berdasarkan hasil wawancara kepada setiap narasumber dan membahasnya satu per satu secara mendalam guna mendapatkan hasil kesimpulan yang nantinya diharapkan jawaban dari setiap narasumber terhadap pertanyaan yang diberikan oleh penulis paling tidak memiliki hubungan atau korelasi dengan landasan teori yang digunakan.

3.1 KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DAMO ENTERTAINMENT

Pada keputusan yang telah diberikan oleh mereka dari *Damo Entertainment* ini bisa mempunyai beberapa keputusan yang membuat 2 pihak market ini memilih bekerja sama. Berikut adalah keputusan yang mereka dapat:

Tabel 1
Jawaban dari 2 pihak market

No.	Pertanyaan	Jawaban dari Kepo Market	Jawaban dari Hi Market
1.	Keputusan – keputusan apa yang membuat kalian memilih bekerja sama dengan <i>Damo Entertainment</i> ?	Peran <i>Damo Entertainment</i> memang sangat besar dalam <i>Market</i> karena secara ukuran suatu <i>event</i> , <i>Damo Entertainment</i> mampu menarik jumlah pengunjung yang besar untuk menghadiri <i>event</i> tersebut, bahkan mampu menarik media untuk meliput, yang mana hal tersebut dapat memberikan dampak peningkatan <i>market</i> secara signifikan.	<i>Fresh, New, Creative</i> dan <i>attractive</i> di setiap <i>event market</i> nya

3.2 MEYAKINKAN PIHAK YANG BEKERJA SAMA DENGAN DAMO ENTERTAINMENT

Meyakinkan pihak untuk bekerja sama, suatu hal yang penting di dunia kerja. Maka dari itu pihak yang bekerja sama pasti memiliki beberapa hal yang dilihat dari Damo Entertainment yang membuat 2 pihak *market* ini yakin untuk bekerja sama. Berikut hal yang membuat mereka yakin untuk bekerja sama :

Tabel 2
Jawaban dari 2 pihak market

No.	Pertanyaan	Jawaban dari Kepo Market	Jawaban dari Hi Market
1.	Menurut kalian, Damo Entertainment seperti apa sampai benar-benar yakin untuk memakai Damo Entertainment?	Peran <i>Event organizer / Event Planner</i> sangatlah berpengaruh dalam sebuah <i>event market</i> , disini Damo Entertainment sebagai penyelenggara acara mampu menyusun suatu acara, mengkoordinasikan semua bagian yang berperan, serta bisa memastikan semua orang yang hadir dapat menikmati acara yang diselenggarakan. Bisa dikatakan <i>Major Event</i> selalu ada dalam Damo Entertainment	Unsur <i>hype</i> dan <i>vibes K-Pop</i> yang lagu hits dimanapun menjadi kesuksesan sebuah acara dan mencapai kepercayaan publik untuk menarik perhatian pengunjung <i>event</i> .

3.3 PENGARUH MARKET TERHADAP KONDISI PADA WAKTU COVID-19

Covid-19 sangat berpengaruh di dunia kerja saat itu. Maka, pihak *Market* pun perlu mengetahui pengaruh apa saja yang dialami saat bekerja sama dengan Damo Entertainment. Berikut adalah pengaruh yang mereka dapat :

Tabel 3
Jawaban dari 2 pihak market

No.	Pertanyaan	Jawaban dari Kepo Market	Jawaban dari Hi Market
1.	Apakah ada beberapa kondisi pada waktu <i>covid</i> sampai saat ini yang berpengaruh di <i>market</i> ? Sebutkan!	Selama pandemi <i>covid</i> , <i>market</i> sempat mengalami penurunan, walaupun secara penuh peran media sosial sangatlah berpengaruh. Sudah banyak cara yang dilakukan, seperti posting produk, merangkai acara yang berbeda seperti sebelumnya, menawarkan ke beberapa relasi, yang bisa	Sebenarnya kami bekerja sama dengan Damo Entertainment waktu <i>new normal</i> dan sudah tidak ada keketatan ketentuan yang begitu rumit, sehingga tidak ada kesulitan bagi kami untuk menyelenggarakan lomba tersebut.

		dikatakan sangat membantu dalam <i>market</i> . Setelah pandemi <i>covid</i> berangsur-angsur pulih dan sekarang sering diadakan <i>event</i> benar – benar sangat membantu <i>market</i> , yg dapat mendongkrak <i>market</i> secara signifikan.	
--	--	--	--

3.4 Bertahan bekerja sama dengan Damo Entertainment

Bertahan untuk bekerja sama merupakan suatu hal yang penting di dunia kerja. Berikut adalah alasan yang membuat 2 pihak *Market* bisa bertahan bekerja sama dengan Damo Entertainment :

Tabel 4

Jawaban dari 2 pihak market

No.	Pertanyaan	Jawaban dari Kepo Market	Jawaban dari Hi Market
1.	Apa yang membuat <i>Market</i> kalian bisa bertahan bekerja sama dengan Damo Entertainment?	Karena sebelum melaksanakan <i>event</i> Damo Entertainment selalu memulai dengan menentukan tujuan yang dapat dengan jelas diterima oleh setiap <i>market</i> . Dari tujuan tersebut anggota <i>market</i> dan Damo Entertainment bisa saling bertukar pikiran, saling belajar, sosialisasi, mempromosikan <i>event-event</i> serta dapat meningkatkan pendapatan sehingga tercapainya kepercayaan antara satu dengan yang lain.	Karena, saya melihat dari komitmen Damo Entertainment sendiri mempunyai jiwa bisnis yang sangat kuat sehingga bisa saya ajak untuk bekerja sama lebih lama dan mereka bisa mencari kepercayaan dalam penyelenggaraan lomba-lomba yang mereka adakan sehingga itu adalah poin plus bagi kami supaya bisa mencapai kuota pelanggan yang kami inginkan bahkan lebih yang kami inginkan.

3.5 Pengaruh kepercayaan publik dari Damo Entertainment

Pengaruh dari kepercayaan publik sangat penting bagi penyelenggara *event*. Maka dari itu, perlu diketahui seberapa pengaruhnya kepercayaan publik ini. Berikut adalah pengaruh kepercayaan publik untuk *Event* tersebut dari Damo Entertainment yang mereka dapat :

Tabel 5

Jawaban dari 2 pihak market

No.	Pertanyaan	Jawaban dari Kepo Market	Jawaban dari Hi Market
1.	Seberapa pengaruh kepercayaan publik untuk <i>Event</i> ini dari Damo Entertainment?	Setiap Damo Entertainment mengelola <i>event</i> banyak hal yg ditemukan, seperti tema <i>event</i> yang berbeda-beda, mulai dari	Besar sekali, target <i>market</i> dari <i>event-event</i> yang sudah pernah diselenggarakan adalah

		penampilan, <i>talent</i> yang hadir, hiburan, serta penghargaan yang selalu menarik minat pengunjung untuk berkunjung dan berbelanja di <i>market</i> .	para anak muda yang selalu haus akan inovasi baru, <i>creative</i> dan <i>spotlight</i> , dan di <i>Damo Entertainment</i> sudah menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pengunjung <i>event</i> .
--	--	--	--

3.6 CARA MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK DI SUATU *EVENT*

Memiliki banyak cara untuk membangun kepercayaan publik di suatu *event*. Maka dari itu, perlu diketahui beberapa cara untuk mengetahui hal tersebut. Berikut adalah cara dari 2 pihak *market* supaya membangun kepercayaan publik di suatu *event* :

Tabel 6
Jawaban dari 2 pihak market

No.	Pertanyaan	Jawaban dari Kepo Market	Jawaban dari Hi Market
1.	Bagaimana cara supaya membangun kepercayaan publik di suatu <i>event</i> ?	Publik memang memiliki peranan yang sangat penting dalam proses pengelolaan sebuah <i>event</i> . Ketika <i>event</i> dihadirkan/diselenggarakan Oleh <i>EO</i> dan mendapat perhatian serta apresiasi dari pengunjung <i>/public</i> bahkan media, maka selanjutnya pihak <i>EO</i> tersebut akan membuat <i>event</i> dengan perencanaan yang berbeda dan yang lebih baik lagi.	Selalu menghadirkan tema yg lagi <i>hits</i> and <i>attractive</i> di tiap <i>event</i> baru, <i>Damo Entertainment</i> bisa mengundang juri yang terkenal karena bisa mengundang pelanggan untuk menambah kepercayaan publik, berinovasi untuk mencari ide yang baru dalam perlombaan yang diadakan oleh <i>Damo Entertainment</i> sendiri.

3.7 PEMBAHASAN

Hasil wawancara diatas yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 2 narasumber institusi yang berbeda, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan *institutional* sangat penting di dalam dunia kerja salah satu nya *Event Organizer* menjalin hubungan baik dengan relasi sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis, karena *EO* tidak bisa bekerja tanpa ada *market* yang mengajak bekerja sama. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membangun kepercayaan *institusional* :

Tabel 7
Hasil Wawancara

Faktor Informasi	Faktor Relasi	Faktor Manusia
<p>Dengan adanya komunikasi yang lancar dan terbuka maka kemungkinan adanya masalah / konflik bisa cepat diredakan bahkan dapat diselesaikan dengan cepat, sehingga tidak mengganggu hubungan kerja. Dengan komunikasi hubungan kerja, relasi semakin membaik.</p>	<p>Relasi oleh setiap pihak kepada <i>Damo Entertainment</i> akan semakin kuat ketika pengalaman atau interaksi yang terjadi berjalan dalam hubungan kerja sama yang positif kepada pihak – pihak. Setiap pihak dalam relasi tersebut dapat diandalkan sehingga memangun kepercayaan yang ada di 2 pihak <i>market</i>.</p>	<p><i>Damo Entertainment</i> memiliki peran yang berpengaruh dalam <i>Event</i> mereka untuk mendapatkan upaya yang sehingga pada beberapa kali, media meliput berbagai <i>event</i> di <i>Market</i> mereka yang semakin membuat kepercayaan pelanggan meningkat dalam nama baik mereka masing-masing.</p>
<p>Upaya <i>Damo Entertainment</i> dalam faktor informasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai Tim yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi. 2. Mempunyai admin yang baik dan cepat tanggap sehingga bisa memperbanyak informasi dan komunikasi yang lancar antar sesame dengan publik. 3. Memberi informasi yang bagus dan membuat 	<p>Upaya <i>Damo Entertainment</i> dalam faktor relasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki beberapa hubungan dengan beberapa komunitas / EO lain. 2. Membuat ide kreatif dalam sosial media <i>Damo Entertainment</i> untuk menarik perhatian publik. 3. Mempunyai <i>Back – Up</i> acara yang lain. 	<p>Upaya <i>Damo Entertainment</i> dalam faktor manusia :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menarik jumlah pengunjung yang besar 2. Mempunyai kreativitas dalam menyusun suatu acara, mengkoordinasi semua bagian yang mempunyai peran didalamnya. 3. Unsur <i>hype</i> dan <i>vibes K-Pop</i> yang sedang <i>hitz</i> untuk menarik perhatian publik. 4. Selalu menghadirkan susunan acara yang berbeda dari sebelumnya dengan

menarik perhatian publik.		perencanaan yang lebih baik lagi.
---------------------------	--	-----------------------------------

Berdasarkan pada hasil wawancara ini menjelaskan bahwa kepercayaan publik sangat penting dalam dunia kerja salah satunya untuk *Event Organizer* dimana di bab 2 terdapat beberapa teori yang bisa ditarik, Menurut (Tyler, 2003), kepercayaan menjadi penting karena adanya keinginan kuat untuk memahami bagaimana menciptakan kerja sama yang efektif dalam organisasi. Kepercayaan menjadi kunci karena konsep ini mampu menghasilkan kerja sama. Ketika kerja sama selalu menjadi variabel penting dalam organisasi, adanya tren baru dalam dinamika organisasi membawa konsekuensi tersendiri. Kepercayaan mempengaruhi semua hubungan antara individu dan kelompok individu. Sebagai contoh, kepercayaan mempengaruhi hubungan antar pasangan, orang tua dan anak, guru dan murid, warga negara dan pemerintah, dokter dan pasien, pengurus sekolah dan guru, serta manajer dan karyawan (De Furia, 1996 dalam Martins, 2002).

Struktur tim juga meningkatkan pemberdayaan karyawan (Galbraith & Lawler, 1993 dalam Arnold et al., 2001) dan komitmen karyawan (Barker, 1993 dalam Arnold et al., 2001). Tim adalah unit dasar dan umum dalam organisasi bisnis pada saat ini (Katzenbach & Smith, 1993 dalam Eom, 2009). Kepercayaan juga dapat diaplikasikan untuk meningkatkan komunikasi dan kinerja tim secara keseluruhan (Jarvenpaa & Leidner, 1999; Sarker et al., 2001; dalam Panteli & Duncan, 2004). Lebih jauh lagi, Druskat dan Wolff (2001) menyatakan bahwa kunci dari efektivitas tim adalah kecerdasan emosional.

Tim yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi akan memiliki cara-cara yang bisa membangun hubungan (*relationship*) dengan pihak dalam dan luar tim serta selalu memperkuat kemampuan tim untuk menghadapi tantangan. Masalahnya, membangun tim dengan kecerdasan emosional yang tinggi tidaklah sekedar membangun kecerdasan emosional dari masing-masing anggota tim. Bukan sekedar penjumlahan dari kecerdasan emosional anggota tim.

4. KESIMPULAN

1. Pertama, faktor informasi bisa mempengaruhi hubungan kerja relasi semakin membaik.
2. Kedua, faktor relasi yang bisa diberikan relasi kepercayaan adalah hal penting yang harus dipegang dan dijaga dalam hubungan kerja sama.
3. Ketiga, faktor manusia terjadinya simbiosis mutualisme kepada 2 *market* tersebut dari *Damo Entertainment* yang pada akhirnya bisa bertahan bekerja sama menjadi *partner* kerja dalam berbisnis selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abeng, T. (2006). *Profesi Manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama (pp. 13).

Asaputra, K. (2016). *Pengaruh Institutional Structures, Trust In Seller, Seller Past Performance, Perceived Risk, dan Customer Satisfaction Terhadap Transaction Intentions*. Yogyakarta: KasKus.

-
- Burnes., G, James. (2003). *Secrets Of Customer Relationship Manajemen.*(2nded.). Yogyakarta: Andi (pp. 139).
- Dharmmesta., Swastha B., Darsono L.I. (2005). *Kontribusi involvement dan trust in a brand dalam membangun loyalitas pelanggan.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia (Vol. 20, No. 3).Kotler, Philip,. Keller & Kevin (2009). *Manajemen Pemasaran.* (11th ed.). Jakarta:Erlangga.(pp. 220).
- Kotler., Philip., Armstrong, G. (2010). *Prinsip - Prinsip Pemasaran.* Universitas Diponegoro.
- Deepublish. (2023). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh.* from <https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/>.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen.* Yogyakarta: Graha Ilmu. (pp. 147-148).
- Ishak, Ismai., Lithfi, Zhafiri. (2011). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs.* (Vol. 15 No.1, pp. 55-66).
- Kisworo, J., Shauki, E., (2019). *Teori institusional dalam penyusunan dan publikasi laporan tahunan sektor publik studi kasus pada kementerian dan lembaga negara di Indonesia.* Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik.
- Mujahidin, Akhmad. (2007). *Ekonomi Islam.* Jakarta: PT Raja Grafindo. (pp. 179).
- Megananda, Y. (2009). *EO, 7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer.* Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

