

Analisis SWOT dalam Meningkatkan Konsep Kreatif Pelaksanaan Event Tahunan *Fin Expo*

Anastasia Cecilia^{1*}, I Nengah Wirata², Indah Kusumarini³

^{1,2,3}Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Bali Tourism Polytechnic, Bali, Indonesia

^{1*}cecilia23anastasia@gmail.com, ²atastp@yahoo.co.id, ³indahnusabakti@gmail.com

Abstract

The study entitled "SWOT Analysis in Enhancing the Creative Concept of the Annual Fin Expo Event" aims to understand the SWOT of the creative concepts of Fin Expo 2023, based on the four dimensions of creativity, namely Persons, Processes, Products, and Press. The data was collected through with OJK as client and CV. Kopi Panas as the event organizer. The technique used is descriptive analysis to measure the level of satisfaction of visitors with the creative dimensions and SWOT analysis. Based on SWOT analysis, several strategies were found to be applicable, namely: (1) the SO strategy utilizes creative team expertise in collaborating various activities such as talkshows, contests, and unique cultural parades to attract more visitors, (2) the ST strategy relies on the strength of the variable event concept to address threats from other more experienced event organizers, (3) the WO strategy includes improved internal communication between the creative team and the field design team to optimize the setting of the event and develop educational content, and (4) the WT strategy improves the event content and the use of technology to improve visitors' accessibility.

Keywords

SWOT, Creativity, and FinExpo 2023

1. INTRODUCTION

Industri *event* secara umum telah mengalami perkembangan yang luar biasa dalam dua dekade terakhir. Proses industri ini telah menyebabkan pemerintah mengakui peran penting *event* dalam kontribusinya terhadap ekonomi (Getz, 2007), seperti yang disebutkan dalam (Wan Zahari, 2015). *Event*, secara definisi, memiliki awal dan akhir. Mereka adalah fenomena berjangka waktu, dan pada *event* yang direncanakan, program atau jadwal acara biasanya disusun dengan rinci dan diumumkan secara luas. *Event* yang direncanakan umumnya terbatas pada lokasi tertentu, meskipun ruang yang terlibat dapat berupa fasilitas spesifik, area terbuka yang luas, atau banyak lokasi (Getz, 2007).

Menelusik dari 10times.com, MICE adalah singkatan dari *Meetings*, *Incentives*, *Conferences*, dan *Exhibitions*. Istilah ini merujuk pada sektor industri pariwisata yang mengatur, mengelola, dan menyelenggarakan berbagai *event* untuk keperluan bisnis atau akademis. MICE merupakan aspek penting dalam dunia bisnis, memungkinkan terjadinya kegiatan jaringan luas, pengembangan profesional, kerjasama, dan promosi

bisnis (blog.10times.com, 2023).

MICE dan Event berperan penting dalam memfasilitasi interaksi, pertukaran informasi, dan pencapaian berbagai tujuan di berbagai tingkatan, baik dalam konteks bisnis maupun hiburan. Kedua industri ini bekerja sama atau bersinergi dalam berbagai konteks untuk mencapai tujuan yang beragam, baik dalam ranah bisnis maupun kegiatan hiburan dan sosial. Industri ini sangat bergantung pada inovasi dan keunikan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi klien dan peserta acara, kreativitas sangat penting. Dalam industri yang kompetitif, kreativitas adalah kunci untuk menciptakan pengalaman yang berkesan, menarik minat peserta, dan membedakan acara dari pesaing. Jika kreativitas terhambat, dampaknya dapat meliputi penurunan minat peserta dan klien potensial, kurangnya diferensiasi dari acara yang diselenggarakan, dan ketidakmampuan untuk memenuhi harapan peserta tentang inovasi dan pengalaman yang ditawarkan. Hal ini dapat menurunkan kredibilitas organisasi acara, mengurangi peluang bisnis, dan menurunkan kualitas acara secara keseluruhan. Event organizer selaku pelaku di industri MICE dan *event* perlu memiliki inovasi dan kreativitas yang berjalan dengan efektif di setiap aspek penyelenggaraan acara.

Seperti perusahaan dan industri lainnya, setiap perusahaan tak terkecuali *event organizer* memerlukan efektivitas dalam proses kerjanya. Kata "efektivitas" merujuk pada kemampuan untuk mencapai tujuan dengan cara yang efisien dan efektif. Menurut (Getz, 2007), kemampuan penyelenggara acara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara yang efisien dan efektif adalah apa yang disebut sebagai efektivitas penyelenggara acara. Namun, seperti yang dijelaskan oleh (Stephen P. Robbins, 2018), elemen seperti komunikasi yang efektif, kepemimpinan yang memotivasi, pengelolaan konflik, dan pembangunan tim yang kokoh sangat memengaruhi kinerja tim dan karyawan sebuah perusahaan. Dengan memahami dan mengelola elemen-elemen ini dengan baik, sebuah tim atau perusahaan dapat mencapai hasil yang optimal dalam melakukan pekerjaan.

Kreativitas menurut (Munandar, 2009) didefinisikan sebagai kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, gosip, atau unsur-unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya. Dalam hal ini, kreativitas mencakup semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya, baik itu dari sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan warga. Barron, dikutip dari (Ngalimun dkk, 2013) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru. Sementara Guilford, dikutip dari (Ngalimun dkk, 2013) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk menunjukkan bahwa seseorang kreatif. Secara sederhana 'kreativitas' adalah bahwa ini merupakan proses mental untuk menghasilkan ide atau konsep baru. Kreativitas dapat disamakan dengan inovasi dan penemuan, seperti yang terjadi dalam konteks rekayasa dan kewirausahaan. Kreativitas tidak hanya terbatas pada seni - sebaliknya, kreativitas adalah bagian pokok dari semua usaha manusia. beberapa orang memiliki kreativitas yang lebih alami dibandingkan dengan yang lain, mungkin karena proses mental yang lebih unik atau pengaruh dari lingkungan mereka. Terkadang kita menyebut orang kreatif sebagai 'jenius' karena ide atau karya yang terlihat baru atau segar (Getz, 2007).

Event yang berhasil umumnya didasarkan pada konsep dan tujuan yang kuat. Ide untuk menyelenggarakan *event* muncul dari berbagai alasan. Ide tersebut dapat muncul dari kebutuhan atau keinginan, seperti merayakan aspek unik yang terkait dengan kota atau daerah Anda, memamerkan atau mengembangkan kegiatan budaya atau olahraga tertentu, menandai peristiwa bersejarah, hari nasional, atau hari libur lokal, menyelenggarakan atau membuat acara olahraga yang bersifat kompetitif atau melibatkan massa,

mendorong dan merayakan aktivitas komunitas, hingga menandai suatu pembukaan atau peluncuran (Christie dan McAteer, 2006).

Menurut (Febriana, dkk, 2022) Proses kreatif merupakan serangkaian aktivitas untuk mewujudkan suatu ide. Konsep kreatif sangat penting karena merupakan dasar dari inovasi dan perbedaan dalam industri apa pun, termasuk industri manajemen acara. Konsep kreatif tidak hanya memiliki ide-ide yang luar biasa, tetapi juga bagaimana mereka dapat diterapkan untuk membuat acara yang menyenangkan bagi orang-orang yang hadir. Berbicara tentang ide kreatif memungkinkan perusahaan yang mengatur acara untuk tetap relevan dan berada di garis depan industri di dunia yang cepat berubah dan kompetitif. Dengan berbicara tentang ide-ide inovatif, bisnis dapat memikirkan berbagai cara untuk memenuhi harapan klien, membedakan diri dari pesaing, dan menjamin kesuksesan acara. Seorang pekerja di kreatif *event* akan melakukan pencarian ide-ide gagasan untuk menjadikan sebuah konsep *event* yang diinginkan klien. Disinilah peran utama seorang kreatif harus mampu berpikir secara kreatif dan imajinatif untuk mendapatkan sebuah konsep yang sesuai yang diinginkan klien (Fitriandito, 2018)

(Halim, dkk, 2015) mengungkapkan bahwa inovasi dan implementasi konsep yang sukses dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang luar biasa. Inovasi produk, proses, layanan, dan model bisnis terutama di sektor bisnis kreatif adalah modal utama untuk mendapatkan peluang dan persaingan di industri kreatif. Jika perusahaan *event organizer* tidak memiliki konsep kreatif, ada banyak masalah yang dapat menghambat acara dan reputasi perusahaan. Jika penyelenggara acara tidak memiliki ide kreatif yang kuat, acara tersebut mungkin tidak menarik dan tidak berbeda dari acara serupa. Tanpa ide kreatif, peserta mungkin tidak terinspirasi atau tertarik untuk berpartisipasi, yang dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan. Ini dapat memengaruhi kesuksesan acara secara keseluruhan dan meningkatkan risiko kehilangan klien. Sebaliknya, konsep kreatif yang efektif dapat membuat peserta acara merasa senang dan memberi perusahaan penganjur nilai tambah yang signifikan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya konsep kreatif untuk mencapai tujuan perusahaan yang mengatur acara dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi klien dan peserta acara (Amabile, 1983).

Tren kreativitas dalam manajemen acara dan pameran terus berkembang seiring dengan perubahan dinamika industri dan preferensi audiens. Beberapa tren yang dapat diperhatikan dalam beberapa tahun terakhir melibatkan inovasi dalam konsep, teknologi, dan interaksi pengunjung. Konsep kreatif membedakan suatu acara dan memperkaya pengalaman peserta dengan berbagai cara, serta membawa nilai tambah yang signifikan. Dalam pembuatan konsep kreatif, tim acara atau tim kreatif perlu untuk memperhatikan dan memenuhi dimensi dari *event* itu sendiri agar acara yang diselenggarakan dapat dikatakan sukses dan efektif yang terdiri dari adanya materi pemasaran yang efektif untuk mendatangkan pengunjung, memperhatikan akses, transportasi dan penyambutan bagi tamu, memperhatikan nuansa, suasana dan dekorasi yang menarik, menyediakan hiburan dan kegiatan yang dapat dinikmati tamu dan pengunjung, memperhatikan adanya hidangan dan kuliner bagi pengunjung, serta memperhatikan fasilitas, kenyamanan dan souvenir bagi tamu atau pengunjung. Diharapkan dengan memperhatikan enam dimensi *event* tersebut acara yang ingin diadakan dapat sukses dan berjalan sesuai dengan harapan dan ekspektasi semua pihak. (Silvers, 2011).

Salah satu pelaku industri MICE dan Event adalah CV. Kopi Panas, yang didirikan pada tahun 2008 oleh sejumlah *professional* berpengalaman di bidang *event* dan pemasaran kreatif. Para pendiri perusahaan, yaitu Bapak Daniel Agustinus Panggabean, Bapak Satia Muliana, dan Bapak Hideki Sugiarto, telah memiliki pengalaman sejak awal tahun 90-an di

Jakarta. Awalnya, CV. Kopi Panas menerima tawaran untuk mengelola suatu *event* pada bulan Desember 2006 yang diajukan oleh suatu perusahaan. Pada tahun 2007, mereka sepakat untuk mendirikan *event organizer* ini, dan akhirnya, perusahaan secara resmi terbentuk pada tahun 2008. Kantor pusat CV. Kopi Panas telah berlokasi di Jalan Danau Tamblingan X no. 30, Taman Griya Jimbaran, sejak bulan April 2013 (venuemagz.com, 2021).

Kreativitas memainkan peran kunci dalam penyelenggaraan *event*. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen kreatif, penyelenggara acara dapat menciptakan pengalaman yang berkesan, menarik perhatian peserta, dan meningkatkan nilai acara. CV. Kopi Panas yang mempertahankan nilai-nilai kreativitas sebagai salah satu nilai jual utama mereka menunjukkan komitmen kepada para *client* untuk memberikan pengalaman acara yang unik, inovatif, dan memikat. Salah satu acara yang ditangani oleh CV. Kopi Panas adalah *event* Fin Expo. Acara Fin Expo adalah *annual event* yang diselenggarakan OJK dan sudah berlangsung sejak tahun 2018. Fin Expo adalah : sebuah acara tahunan yang diinisiasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama beberapa lembaga jasa keuangan lainnya di Indonesia dalam rangka memperingati Bulan Inklusi Keuangan (BIK). Pada tahun 2023 OJK memilih CV. Kopi Panas sebagai *event organizer* yang menangani acara Fin Expo 2023. Ini adalah pertama kalinya CV. Kopi Panas terpilih sebagai *event organizer* yang menangani acara milik OJK sebagai klien dari penyelenggara Fin Expo. Fin Expo 2023 diselenggarakan di Pakuwon Mall Yogyakarta pada tanggal 26-29 Oktober 2023. Ini adalah kali pertama acara Fin Expo yang digelar di luar Jakarta. Acara ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai lembaga keuangan dan memperkenalkan produk-produk yang dimiliki setiap lembaga jasa keuangan. Dalam acara tersebut, ditampilkan berbagai *booth* dari Lembaga Jasa Keuangan, termasuk kementerian, lembaga, perbankan, asuransi, pasar modal, pembayaran, dana pensiun, pegadaian, *fintech*, dan *e-commerce*, serta memamerkan produk dan layanan kepada masyarakat (liputan6.com, 2023). Jumlah peserta LJK Fin Expo 2023 sebanyak 74 tenant yang terdiri atas PT. BCA Finance, PT. Pegadaian, Bank Maybank Indonesia, Bank Mega Syariah, PT. Sucorinvest Asset Management, dan sebagainya.

Otoritas Jasa Keuangan menggelar kegiatan Bulan Inklusi Keuangan (BIK) setiap tahunnya untuk semakin memperluas akses keuangan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan, sehingga masyarakat dapat menggunakan produk dan atau layanan jasa keuangan secara lebih optimal. Akses keuangan dapat memegang peran krusial dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Hal ini didukung oleh World Bank yang telah menekankan bahwa inklusi keuangan adalah kunci untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan. Sejak tahun 2010, lebih dari 55 negara telah berkomitmen untuk inklusi keuangan, dan lebih dari 60 negara telah mengembangkan atau sedang mengembangkan strategi nasional untuk mencapai tujuan ini (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2017). Pada acara Fin Expo 2023 ini berhasil dihadiri sebanyak 3.293 pengunjung, yang tersebar ke 74 tenant lembaga jasa keuangan dan beberapa tenant UMKM dengan total seluruh tenant mencapai 99 booth tenant yang tersedia. Salah satu tenant yang sering dikunjungi diantaranya tenant dari PT BCA Finance pada tanggal 26 Oktober 2023 memiliki 707 pengunjung dan tenant dari Bank Maybank Indonesia, tbk memiliki 660 pengunjung. Fin Expo 2023 ini diselenggarakan untuk membantu mencapai target inklusi keuangan tahun 2024 sebesar 90% seperti arahan presiden Joko Widodo.

Demi mencapai tujuan penyelenggaraan Fin Expo 2023, *event organizer* CV. Kopi Panas, dituntut harus mampu menciptakan acara yang tidak hanya menyenangkan dan kreatif, tetapi juga memiliki daya tarik yang kuat untuk mengundang partisipasi luas masyarakat. Konsep acara kegiatan yang dieksekusi dan dipilih divisi kreatif dari Fin Expo

2023 dalam empat hari adalah sebagai berikut: Pada hari Kamis, 26 Oktober 2023 kegiatan yang dilaksanakan adalah *talkshow* Digitalpreneur 101 dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, *talkshow* BIK dan Fin Expo 023 oleh ketua dan wakil ketua Fin Expo, *talkshow* Financial Planning For Better Future oleh Bank Mandiri, *talkshow* pemberdayaan dan potensi UMKM disertai games berhadiah oleh Astra Planning, Sosialisasi BUMI (BNI UMKM Ramah Lingkungan). Terdapat acara Lomba Cerdas Cermat antar Lembaga Jasa Keuangan (LJK), pertunjukan musik dari Halo BCA Vokal Group, Pertunjukan musik oleh band Dexter dan Band Melmusiq, pertunjukan tari daerah dan *talkshow* keuangan dari MNC Sekuritas, MNC Bank, dan MNC Finance, diadakan kuis dan game oleh Bank BJB serta acara *doorprize* oleh MC.

Pada hari Jumat, 27 Oktober 2023 kegiatan yang diselenggarakan oleh tim kreatif adalah Lomba Cerdas Cermat SMP (Fin Smart Competition), lomba *fashion show*, Sosialisasi Investasi Ilegal dan pinjaman *online* ilegal oleh satuan tugas pemberantasan aktivitas keuangan ilegal (SATGAS Pasti), *talkshow*: Learn To Invest, Win The Market oleh BEI (Bursa Efek Indonesia), Sosialisasi Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) kepada masyarakat oleh KOJK DIY. Selain itu terdapat acara *Workshop* Wastra dalam pandangan anak muda oleh komunitas berkain, *talkshow*: Bersiap untuk yang terbaik bersama Allianz oleh PT. Asuransi Allianz Life Indonesia. Acara selanjutnya dilakhiri dengan pertunjukan musik oleh Band Dexter, Quiz oleh Bank BJB, dan pengundian *doorprize* oleh MC.

Pada hari Sabtu, 28 Oktober 2023 acara dimulai dengan adanya arak-arakan parade grebek pusaka dari area luar menuju dalam *venue* diiringi dengan tarian persembahan oleh BTN Dance. Terdapat acara simbolisasi penyaluran kredit pembiayaan bagi UMKM penyandang disabilitas, simbolisasi penyerahan donasi Fin Expo melalui pembukaan rekening bagi 1.000 pelajar sekolah luar biasa. Terdapat juga acara *talkshow* dan *stand up comedy* oleh Bank Indonesia, seminar literasi keuangan oleh PT. Sutorinvest Asset Management, talkshow oleh BNI Group, kuis bank BJB, pengundian *doorprize* oleh MC dan dimeriahkan dengan adanya pertunjukan musik oleh band Dexter dan GAC.

Pada hari Minggu, 29 Oktober 2023 acara dimulai dengan lomba mewarnai bagi anak-anak SD, dilanjutkan dengan kegiatan dongeng anak mengenai pentingnya menabung oleh Kak Owe dari Bank Syariah Indonesia. Kemudian diadakan talkshow dan penampilan musik Anji dari PT. Pegadaian dan band Dexter. Sosialisasi Securities Investor Protection Fund (SIPF), Pertunjukan Musik dari IDGITAF oleh Bank BRI, Talkshow anak muda : Lifestyle gas, Financial pas oleh Bank BCA, kuis bank BJB, pengundian *doorprize* dan *grandprize* yaitu 1 unit mobil Ayla serta pengumuman pemenang lomba-lomba.

Konsep acara yang dipilih oleh tim kreatif dapat dinikmati berbagai kalangan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Tidak hanya sebagai pameran mengenai keuangan, Fin Expo 2023 juga menyajikan sejumlah kegiatan menarik bagi masyarakat untuk hadir seperti kegiatan promosi produk keuangan, sesi *business matching*, edukasi keuangan, *grand prize*, *daily doorprize*, *talkshow* dan *workshop*, aneka lomba, bazar UMKM lokal, dan penampilan musik dari musisi terkemuka yaitu GAC, Anji, dan IDGITAF. Tabel 1.1 berikut adalah upaya CV. Kopi Panas dalam membuat konsep kreatif *event* Fin Expo 2023:

Tabel 1. Upaya CV. Kopi Panas Pada Event Fin Expo 2023

No.	Upaya Yang Dilakukan
1.	Selalu melakukan komunikasi dengan klien Fin Expo yaitu OJK
2.	Mengadakan sesi kolaborasi dengan berbagai <i>vendor</i>
3.	Melakukan brainstorming antar tim internal dan eksternal untuk menghasilkan ide kreatif
4.	Mengelola sumber daya manusia dengan efisien agar dapat dialokasikan secara optimal
5.	Melakukan <i>research</i> dan analisis pasar untuk mengetahui tren terbaru dan preferensi target <i>event</i>
6.	Memanfaatkan teknologi untuk keterlibatan dan kemudahan bagi peserta
7.	Membuat konsep visual desain yang menarik
8.	Mengembangkan program acara kreatif yang relevan dengan tema acara untuk menambah daya tarik peserta
9.	Melakukan evaluasi setelah acara selesai untuk mengetahui kekurangan dan hambatan yang dihadapi

Sumber: CV. Kopi Panas, 2023

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa berbagai cara telah dilakukan oleh tim kreatif dari CV. Kopi Panas untuk membuat konsep kreatif *event* pada acara Fin Expo 2023. Tim acara berupaya untuk melakukan *brain storming* pertukaran ide dan komunikasi berkala dengan klien dan vendor, serta memanfaatkan teknologi dan media agar mampu mengundang banyak pengunjung untuk mau mengikuti rangkaian acara Fin Expo 2023. Meski demikian, masih ditemukan adanya tantangan yang menghambat kegiatan *event* Fin Expo 2023 diantaranya ditunjukkan dalam tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Tantangan dan Hambatan Pada Event Fin Expo

2023 No	Tantangan dan Hambatan
1.	Panggung Fin Expo diadakan di tiga titik dalam satu lokasi <i>venue</i> (berbeda lantai) yaitu grand atrium untuk paket platinum, prestige <i>stage</i> untuk paket silver dan syafif <i>stage</i> untuk paket bronze, akan tetapi pengunjung yang datang hanya ramai di grand atrium saja sebagai <i>venue</i> utama.
2.	Fin Expo terdiri atas 99 tenant booth akan tetapi pengunjung di setiap booth jumlahnya tidak merata sehingga ditemukan adanya booth tenant yang snngat ramai dan sisanya sangat sepi pengunjung.
3.	<i>venue</i> ramai saat lomba fashion show dan lomba mewarnai diadakan serta ramai saat penampilan musik GAC, Anji, dan IDGITAF saja. Sedangkan saat talkshow membahas literasi dan inklusi keuangan (inti acara Fin Expo) kondisi <i>venue</i> cenderung sepi.
4.	Acara Fin Expo 2023 pertama kali diselenggarakan di luar Jakarta sehingga pengunjung yang datang cenderung lebih sedikit yaitu sekitar 3.000an, sedangkan pada acara Fin Expo di tahun-tahun sebelumnya pengunjung yang datang selalu lebih dari 3.000.
5.	Penempatan booth paket silver dan bronze cenderung menyebar dan berjauhan sehingga kurang diketahui oleh pengunjung.
6.	Adanya miskomunikasi antara tim kreatif dengan tim design lapangan dalam pengaturan <i>layout venue</i> fin expo 2023 sehingga beberapa hal yang kurang sesuai dengan

- ekspektasi yang telah dirancang oleh tim kreatif.
7. Tanda penunjuk jalan sedikit dan kurang terlihat oleh pengunjung sehingga menyebabkan kebingungan ketika ingin menuju ke suatu booth tertentu.
 8. Terbatasnya jumlah kursi yang tersedia sehingga saat acara *talkshow* berlangsung beberapa pengunjung hanya menyimak sebentar lalu pergi.

Sumber: Fin Expo, 2023

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa ditemukan adanya tantangan dan hambatan pada *event* Fin Expo 2023 diantaranya adalah tidak meratanya jumlah pengunjung dan hanya aktivitas tertentu saja seperti pertunjukan, lomba, dan pengumuman pengundian *doorprize* saja yang diminati pengunjung. Berdasarkan hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh CV. Kopi Panas dalam menyelenggarakan *event* Fin Expo 2023, jika tidak diperbaiki dan ditangani dengan baik dapat menyebabkan dampak bagi CV. Kopi Panas kedepannya sehingga penelitian berjudul “Analisis SWOT perlu untuk dilakukan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Penelitian kualitatif memberikan penekanan pada kualitas daripada kuantitas, dengan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi langsung, dan studi dokumentasi, serta melalui penggunaan kuesioner. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks khusus yang terkait dengan objek penelitian, menjadikan interpretasi dan menjadi fokus utama. Lokasi penelitian terletak di kantor pusat CV. Kopi Panas Bali yang beralamat di Jl. Danau Tamblingan X Taman Griya Jimbaran No.30, Jimbaran, Kuta Selatan, Bali. Periode penelitian ini akan berlangsung dari Januari hingga Juni 2024. Data yang digunakan berasal dari rentang waktu 2018 hingga 2023, yang mencakup data *event* Fin Expo 2023 yang dimiliki oleh CV. Kopi Panas Event Organizer Bali.

Sumber Data yang digunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan, seperti wawancara mendalam, observasi objek, dan studi dokumentasi. Selain itu, instrumen ini juga melibatkan wawancara mendalam dengan pertanyaan yang cermat serta observasi terhadap CV. Kopi Panas sebagai Event Organizer dari *Event* Fin Expo 2023, dilengkapi dengan studi dokumentasi berupa foto untuk memvalidasi kesesuaian antara temuan di lapangan dengan hasil wawancara dan dokumentasi. Analisis data, dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Analisis ini digunakan sebagai cara penyederhanaan data sehingga lebih mudah dibaca. Analisis dalam penelitian yaitu: Reduksi data (*data reduction*), Penyajian data (*data display*), Penarikan kesimpulan (*conclusion*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Paparan Data

Wawancara dilakukan dengan tiga pihak diantaranya direktur atau owner CV. Kopi Panas, klien OJK serta pengunjung *event* Fin Expo 2023, yaitu sebagai berikut:

a. Person (X1)

Anggota Tim Kreatif CV memainkan peran penting dalam mengembangkan ide-ide inovatif untuk Fin Expo 2023. Mereka mendapatkan inspirasi dari pengalaman mereka dalam pekerjaan pendidikan dan kerja kolaboratif antara OJK dan CV. Komunikasi sangat penting bagi setiap anggota tim untuk menghasilkan

ide yang berbeda. Brainstorming digunakan untuk menghasilkan ide-ide kreatif, menunjukkan kreativitas individu dalam menciptakan konsep yang cerdas dan informatif. Terlepas dari kebutuhan untuk komunikasi aktif, perbedaan gagasan dapat terjadi, mempengaruhi komunikasi keseluruhan dalam tim. Faktor individual juga memainkan peran penting dalam kerja tim kreatif. Setiap anggota tim memiliki karakteristik dan kemampuan untuk mendukung kerja kreatif dan efektif. Brainstorming reguler dan lokakarya dapat membantu menghasilkan ide-ide baru, inovatif, dan relevan, tetapi ada kebutuhan untuk memahami dampak tindakan anggota tim pada orang lain.

b. Process (X2)

Fin Expo 2023 bertujuan untuk menerapkan konsep kreatif melalui perencanaan, desain, dan eksekusi. Koordinasi yang efektif dan manajemen proyek dapat menangani masalah seperti manajemen anggaran dan penundaan. Komunikasi yang efektif antara peserta memastikan bahwa semua masalah ditangani dan ditangani dengan cepat. Proses ini menekankan pentingnya koordinasi dan eksekusi yang baik untuk acara yang sukses. Perencanaan organisasi dan terstruktur yang baik berkontribusi pada keberhasilan FinExpo 2023. Kurangnya koordinasi atau kualitas dalam acara menyebabkan kurangnya paket booth, yang membutuhkan koordinasi yang lebih baik untuk penempatan booth. Komunikasi yang efektif antara OJK dan CV Kopi Panas sangat penting untuk beradaptasi dengan perubahan dalam manajemen anggaran dan anggaran. Komunikasi struktural dan manajemen proyek yang efektif dapat membantu kerjasama departemen dengan kebijakan eksternal.

c. Product (X3)

Fin Expo 2023 telah dipuji untuk kualitas yang baik dan kontribusinya untuk pendidikan dan kesadaran. Fokus acara pada produk keuangan baru dan transfer bank inovatif telah membantu meningkatkan pengetahuan publik tentang produk keuangan. Ide-ide kreatif yang digunakan dalam acara, seperti elemen visual dan konten hiburan, telah efektif dalam menarik pengunjung dan mempengaruhi

peserta. Penggunaan teknologi baru dalam acara ini telah meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung dan meningkatkan manfaat pendidikan. feedback dari pengunjung telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan keterampilan keuangan dan keterlibatan masyarakat. Namun, fokus utama acara, talkshow, belum menjadi favorit di kalangan pengunjung dan acara ini membutuhkan evaluasi lebih lanjut untuk meningkatkan konten secara keseluruhan untuk lebih menarik perhatian pengunjung.

d. Press (X4)

Fin Expo 2023 menggunakan teknologi dan bahan baru untuk menciptakan lingkungan yang interaktif dan menarik. Aplikasi mobile dan sistem audio-visual digunakan untuk meningkatkan manajemen waktu dan sumber daya. Perencanaan dan prioritas yang efektif membantu mengelola sumber daya secara efektif dan menghasilkan ide-ide kreatif dalam situasi yang menantang. Dimensi media berfokus pada menciptakan lingkungan kreatif melalui kegiatan seperti cerita, permainan, dan kegiatan interaktif. Lingkungan ini mendorong interaksi dan partisipasi aktif antara peserta, pelanggan, dan vendor, meningkatkan kreativitas dan keterlibatan audiens. Selain itu, sinyal yang jelas dan komunikasi strategis sangat penting untuk menarik pengunjung. CV Kopi Panas menggunakan teknologi eksternal seperti manajemen waktu dan sumber daya untuk memastikan efisiensi dan manajemen sumber daya. Penggunaan teknologi lingkungan mengurangi dampak lingkungan.

3.2 Pembahasan

Analisis Triangulasi Sumber

Berikut ini adalah identifikasi mengenai perbandingan triangulasi sumber dari pandangan klien, peserta, dan direktur mengenai kreativitas 4P pada event Fin Expo yang diselenggarakan oleh CV. Kopi Panas:

a. Person (Orang)

Direktur menekankan pentingnya kolaborasi dan kepribadian dalam tim kreatif. Ia menilai bahwa latar belakang dan pengalaman yang beragam dari anggota tim memberikan perspektif berbeda yang sangat berguna selama perencanaan dan pelaksanaan acara. Kemampuan individu untuk beradaptasi dan berinovasi juga sangat dihargai dalam mencari solusi kreatif. Klien, dalam hal ini OJK, mengapresiasi kemampuan dan kepribadian inovatif tim kreatif CV. Kopi Panas dalam mengembangkan konsep Fin Expo 2023. Kolaborasi antara OJK dan CV. Kopi Panas dinilai sangat baik, karena memungkinkan terjadinya diskusi yang produktif dan kontribusi dari berbagai sudut pandang. OJK mengungkapkan terima kasih atas workshop dan diskusi yang menghasilkan ide-ide baru dan kreatif untuk acara tersebut. Peserta merasa bahwa anggota tim kreatif dan panitia acara bersikap ramah, responsif, dan profesional. Mereka percaya bahwa tim kreatif dapat menginspirasi dan memotivasi peserta melalui ide-ide inovatif yang ditampilkan. Interaksi selama acara juga dinilai sangat positif, menciptakan suasana yang menyenangkan dan edukatif.

b. Process (Proses)

Direktur menilai proses perencanaan dan pelaksanaan acara oleh CV. Kopi Panas berjalan dengan baik, meskipun terdapat beberapa masalah koordinasi antar departemen dan pihak eksternal yang kadang mempengaruhi jadwal. Namun, kemampuan tim untuk beradaptasi dan mengatasi tantangan ini sangat penting. Klien menilai bahwa perencanaan dan pelaksanaan Fin Expo 2023 berjalan dengan sistematis dan baik. OJK memuji manajemen proyek CV. Kopi Panas yang melibatkan kolaborasi yang ketat dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah. Tim dinilai mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang diperlukan selama proses, memastikan penggunaan elemen kreatif secara optimal. Peserta memberikan umpan balik positif mengenai pelaksanaan acara yang sangat terorganisir dan sesuai jadwal. Mereka menghargai koordinasi tim panitia yang baik, yang menunjukkan kemampuan mereka dalam mengatur acara dengan cara yang inovatif dan kreatif.

c. Product (Produk)

Direktur menilai bahwa hasil akhir acara selalu memenuhi harapan klien dan diterima dengan baik oleh peserta. Konten baru, seperti bazaar UMKM dan wacana menarik, meningkatkan kualitas acara dan memberikan nilai tambah bagi peserta. Klien merasa bahwa produk akhir acara, termasuk bazaar UMKM, talkshow, dan elemen visual lainnya, memenuhi tujuan edukatif dan hiburan. OJK merasa konten acara dan produk yang dipamerkan menarik perhatian peserta dan mendukung tujuan literasi keuangan. Tanggapan positif dari peserta menunjukkan bahwa produk acara memiliki pengaruh besar. Peserta merasa puas dengan produk yang ditunjukkan selama Fin Expo 2023. Mereka menikmati berbagai jenis konten, termasuk bazaar UMKM dan wacana keuangan, serta elemen visual yang menarik. Acara ini dianggap meningkatkan pengetahuan mereka tentang keuangan dengan menyediakan informasi berharga dan hiburan.

d. Press (Tekanan)

Direktur mengakui bahwa mengelola acara sering kali menjadi tantangan karena tekanan anggaran dan batas waktu. Namun, perencanaan matang dan penggunaan teknologi ramah lingkungan membantu mengelola tekanan tersebut dengan baik, meningkatkan efisiensi operasional dan komitmen terhadap keberlanjutan. Klien menghargai kemampuan CV. Kopi Panas dalam mengatasi tantangan waktu dan biaya selama Fin Expo 2023. OJK menilai bahwa komitmen terhadap keberlanjutan terlihat dari penggunaan teknologi terbaru dan bahan ramah lingkungan. Klien percaya tim kreatif dapat menjaga kualitas acara meskipun menghadapi tekanan. Peserta merasa bahwa acara berhasil menciptakan lingkungan interaktif dan bebas yang memotivasi kreativitas mereka. Meskipun ada tekanan waktu dan anggaran, acara tetap diselenggarakan dengan baik berkat penggunaan teknologi dan upaya menjaga lingkungan, tanpa mengganggu pengalaman mereka. Secara keseluruhan, pandangan klien, peserta, dan direktur menunjukkan bahwa CV. Kopi Panas berhasil mengatasi tekanan dan menjaga kualitas acara Fin Expo 2023. Penggunaan teknologi dan komitmen

terhadap keberlanjutan di tengah tekanan waktu dan anggaran mencerminkan profesionalisme dan dedikasi tim kreatif dalam menyelenggarakan acara yang sukses.

3.3 Identifikasi SWOT

Berikut ini adalah identifikasi mengenai analisis SWOT tentang event Fin Expo oleh CV. Kopi Panas:

a. Strength (Kekuatan)

Konsep acara dari tim kreatif tidak membosankan karena mengkolaborasikan dengan budaya kontemporer pada dekor dan program seperti acara arak-arakan parade tradisional khas Yogyakarta. Pengaturan venue dan stage acara Fin Expo dilaksanakan di beberapa lokasi yang strategis di Pakuwon Mall yang merupakan salah satu mall terbesar di Yogyakarta sehingga mudah mendapatkan pengunjung. Terdapat banyak variasi kegiatan yang tidak monoton dan dapat dinikmati pengunjung dari semua kalangan seperti lomba mewarnai untuk anak –anak dan lomba kuis berhadiah untuk dewasa.

b. Weakness (Kelemahan)

Kurangnya komunikasi antara tim kreatif dan tim desain lapangan dalam pengaturan layout venue. Penempatan booth yang lokasinya tersebar dan berjauhan menyulitkan pengunjung untuk menemukan booth tersebut. Saat acara inti yaitu talkshow literasi dan inklusi keuangan berlangsung, kondisi stage dan venue sepi dan kurang diminati menunjukkan bahwa konten acara inti belum mampu menarik minat pengunjung dengan baik. Kurang terlihatnya tanda penunjuk jalan oleh pengunjung menyebabkan kebingungan dalam navigasi di venue acara. Terbatasnya jumlah kursi yang tersedia sehingga saat acara talkshow berlangsung beberapa pengunjung menyimak sebentar lalu pergi.

c. Opportunity (Peluang)

Acara Fin Expo didukung oleh lembaga terpercaya yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga menambah kepercayaan pengunjung terkait event keuangan ini. Berkembangnya minat masyarakat untuk lebih melek terhadap perbankan dan keinginan mempelajari literasi dan inklusi keuangan membuat mereka tertarik hadir di acara Fin Expo. Fin Expo adalah annual event yang sudah melewati trial dan error sehingga dapat diminimalisir risikonya oleh CV. Kopi Panas selaku event organizer yang menyelenggarakan Fin Expo tahun 2023. Konten-konten acara dari tahun sebelumnya dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan dikembangkan menjadi lebih baik. Acara Fin Expo tahun 2023 diselenggarakan di kota Yogyakarta yang dimana merupakan pertama kalinya Fin Expo diselenggarakan di luar Jakarta. Perbedaan lokasi penyelenggaraan dapat menambah cakupan pengunjung yang lebih luas.

d. Threat (Ancaman)

Adanya event organizer lain dengan tim kreatif yang lebih berpengalaman dalam membuat acara sejenis dengan kualitas yang lebih baik dan biaya yang lebih murah dari CV. Kopi Panas. Adanya perubahan terhadap preferensi dan kebutuhan pengunjung serta karena baru diadakan pertama kali di Yogyakarta masih ada pengunjung yang belum mengetahui tentang acara Fin Expo 2023. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju membuat target audiens memilih untuk mempelajari literasi dan inklusi keuangan melalui smartphone dibandingkan datang ke venue acara Fin Expo 2023.

3.4 Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi SWOT dapat diperoleh matrik SWOT yaitu:

Tabel 3.
Hasil Matriks SWOT

IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary)	Kekuatan/Strength (S) Konsep acara yang mengkolaborasikan dengan konsep budaya kontemporer pada dekor dan program seperti arak-arakan parade tradisional khas Yogyakarta. Acara Fin Expo dilaksanakan di lokasi yang mudah diakses dan strategis yaitu di Pakuwon Mall Terdapat banyak variasi kegiatan yang tidak monoton dan dapat dinikmati pengunjung dari semua kalangan seperti lomba mewarnai untuk anak-anak hingga kuis berhadiah untuk dewasa	Kelemahan/weakness (W) 1. Kurangnya komunikasi antara tim kreatif dan tim desain lapangan dalam pengaturan denah acara. 2. Penempatan booth lokasinya berjauhan sehingga menyulitkan pengunjung untuk menemukan booth tersebut. 3. Konten acara inti yang kurang menarik sehingga kondisi stage dan venue sepi dan kurang diminati saat acara inti (talkshow). Tanda penunjuk jalan yang tidak jelas. Terbatasnya jumlah kursi yang disediakan panitia sehingga pengunjung hanya menyimak sebentar.
Peluang/ Opportunities (O) Acara Fin Expo didukung oleh lembaga terpercaya yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga menambah kepercayaan pengunjung terkait event keuangan ini. Berkembangnya minat masyarakat untuk lebih melek terhadap perbankan keuangan membuat mereka tertarik hadir di acara Fin Expo. Konten-konten acara dari tahun sebelumnya yang telah melewati trial dan error dapat dijadikan sebagai referensi dan diminimalisir risikonya. Perbedaan lokasi penyelenggaraan yaitu di Yogyakarta dapat menambah cakupan pengunjung yang lebih luas	Strategi SO Kolaborasi kegiatan dengan menambah lomba dan pameran seni lokal. Melakukan promosi secara lebih luas di seluruh mall, dan bekerjasama dengan pihak mall dan pemerintah setempat Menambah pengalaman dan referensi dengan mengembangkan konten dari feedback acara sebelumnya seperti yang diharapkan pengunjung.	Strategi WO Perbaiki komunikasi dengan rapat koordinasi rutin dan memanfaatkan software manajemen proyek. Melakukan rekrutmen tenaga tambahan dan memberikan pelatihan manajemen acara. Evaluasi konten acara melalui survei pendahuluan dan mengundang influencer keuangan untuk menarik minat audiens..
Ancaman/ Threats (T) Adanya event organizer lain dengan tim kreatif yang lebih berpengalaman dalam membuat acara sejenis.	Strategi ST Promosikan parade budaya dan kegiatan unik melalui media sosial.	Strategi WT Membuat konten acara yang lebih menarik sehingga menambah daya tarik pengunjung

Adanya perubahan preferensi pengunjung serta masih ada pengunjung yang belum mengetahui tentang acara Fin Expo 2023. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju membuat target audiens memilih untuk mempelajari literasi dan inklusi keuangan melalui smartphone dibandingkan datang ke venue acara Fin Expo 2023.	Membuat konsep acara yang kreatif dan berbeda untuk menarik pengunjung. Promosi Kreatif dengan melakukan kampanye media sosial dengan hadiah tertentu bagi audiens yang hadir dan mendokumentasikan kegiatan selama mengikuti acara.	Peningkatan aksesibilitas dengan menambah tanda penunjuk jalan dan peta digital di area sekitar venue. Adaptasi teknologi dengan membuat atau mengembangkan aplikasi acara khusus Fin Expo dengan jadwal, peta, dan fitur interaktif.
---	--	---

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 3. Matrik SWOT tersebut diperoleh beberapa strategi diantaranya strategi SO (strength-opportunity), strategi ST (strength-threat), strategi WO (weakness-opportunity). dan strategi WT (weakness-threat) yang pada penelitian ini didapatkan sebagai berikut:

a. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi SO memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh CV Kopi Panas untuk meraih peluang yang ada. Dengan mengkolaborasikan berbagai jenis kegiatan yang menarik seperti talkshow, lomba, dan parade budaya yang unik, CV Kopi Panas dapat menarik lebih banyak pengunjung. Lokasi strategis di Pakuwon Mall, salah satu mall terbesar di Yogyakarta, juga dapat dimanfaatkan untuk menjangkau lebih banyak pengunjung. Dengan pengalaman dari acara sebelumnya, CV Kopi Panas dapat mengembangkan konten acara yang lebih baik dan meminimalisir risiko. Promosi di media sosial dan kolaborasi dengan influencer lokal akan meningkatkan visibilitas dan daya tarik acara, serta memaksimalkan potensi kehadiran pengunjung.

b. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ST berfokus pada pemanfaatan kekuatan untuk menghadapi ancaman yang ada. Dengan mempromosikan keunikan acara seperti parade budaya melalui media sosial, CV Kopi Panas dapat mengatasi kompetisi dari event organizer lain. Lokasi strategis di mall juga dapat dimanfaatkan dengan menyiapkan informasi darurat untuk menghadapi risiko bencana alam. Promosi kreatif dengan kampanye media sosial dan hadiah tiket VIP dapat membantu mengatasi perubahan preferensi pengunjung dan meningkatkan partisipasi mereka. Penyusunan protokol darurat dan promosi unik yang menyoroti keunikan acara akan membantu membedakan acara ini dari yang lainnya, serta menjaga keamanan dan minat pengunjung.

c. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi WO bertujuan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Perbaikan komunikasi internal melalui rapat koordinasi rutin dan penggunaan software manajemen proyek dapat meningkatkan efisiensi. Rekrutmen tenaga tambahan dan pelatihan manajemen acara akan mengatasi keterbatasan personil. Evaluasi konten acara melalui survei pendahuluan dan undangan influencer keuangan dapat meningkatkan daya tarik acara inti seperti talkshow literasi keuangan. Dengan implementasi software manajemen proyek, rekrutmen dan pelatihan staf, serta

survei pendahuluan, CV Kopi Panas dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik acara Fin Expo.

d. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi WT berfokus pada mengurangi kelemahan dan menghadapi ancaman secara bersamaan. Peningkatan aksesibilitas melalui penambahan tanda penunjuk jalan dan peta digital akan mengatasi kebingungan pengunjung. Adaptasi teknologi dengan pengembangan aplikasi acara yang menyediakan jadwal, peta, dan fitur interaktif akan membantu mengatasi preferensi pengunjung untuk belajar melalui smartphone. Dengan meningkatkan konsep kreatif dalam acara utama, CV Kopi Panas dapat meningkatkan kesiapan, aksesibilitas, dan daya tarik acara Fin Expo secara signifikan.

Analisis Konsep Kreatif CV. Kopi Panas Dalam Event Fin Expo 2023

Konsep Kreatif Dalam Dimensi Person

Efektivitas Individu dalam Konsep Kreatif: Menurut teori (Rhodes, 1961), dimensi "Person" kreativitas mengacu pada orang atau kelompok yang terlibat dalam proses kreatif. Dalam kasus Fin Expo 2023 yang diselenggarakan oleh CV. Kopi Panas, Mereka mampu mengkolaborasikan berbagai kegiatan seperti talkshow, lomba, dan arak-arakan parade budaya yang unik, menciptakan pengalaman acara yang tidak membosankan bagi pengunjung. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diatasi, seperti Ketidakselarasan komunikasi antara tim kreatif dan tim desain lapangan yang dapat menghambat efektivitas kreativitas dalam dimensi "Person". miskomunikasi dalam pengaturan layout venue dapat mengurangi pengalaman pengunjung dan menyebabkan kebingungan. Meningkatkan koordinasi dan komunikasi antara kedua tim ini sangat penting untuk memastikan bahwa ide kreatif dapat diimplementasikan dengan baik dan sesuai dengan rencana.

Secara keseluruhan, efektivitas konsep kreatif dalam dimensi "Person" di Fin Expo 2023 menunjukkan bahwa individu atau tim kreatif yang kompeten dan berkolaborasi dengan baik dapat menciptakan acara yang menarik dan inovatif. Dengan mengatasi kelemahan yang ada melalui pelatihan berkelanjutan dan kolaborasi eksternal, serta meningkatkan komunikasi internal, tim kreatif dapat terus mengembangkan ide-ide yang berdampak positif bagi acara dan pengunjung. Hal ini tidak hanya memenuhi tujuan acara tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi semua pihak yang terlibat.

Konsep Kreatif Dalam Dimensi Process

Menurut (Rhodes, 1961), dimensi "Proses" mencakup langkah- langkah sistematis yang dimulai dari konseptualisasi ide kreatif dan berakhir pada implementasinya. Efektivitas konsep kreatif dalam dimensi "Process" pada Fin Expo 2023 menunjukkan adanya langkah-langkah sistematis yang diterapkan dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Tim CV. Kopi Panas berhasil mengimplementasikan konsep kreatif mereka dengan baik dari awal hingga akhir acara. Proses perencanaan yang efektif dan terorganisir menjadi kunci kesuksesan.

Dimensi "Process" dalam konteks acara Fin Expo oleh CV. Kopi Panas menunjukkan beberapa aspek yang signifikan. Pertama, proses perencanaan dan pelaksanaan acara tersebut diatur secara sistematis dan terorganisir dari awal hingga akhir. Manajemen proyek yang efektif dan koordinasi yang baik antara CV. Kopi Panas

dengan OJK telah memungkinkan acara berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Namun demikian, tantangan dalam penempatan booth yang tersebar dan keterbatasan sumber daya manusia mengindikasikan potensi untuk meningkatkan efisiensi dalam pelaksanaan acara di masa mendatang. Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan koordinasi dan pengelolaan sumber daya dapat menjadi langkah strategis untuk memperbaiki proses secara keseluruhan.

Efektivitas Kreatif Konsep Dalam Dimensi Product

Fin Expo 2023 berhasil menghasilkan produk akhir yang memenuhi ekspektasi peserta dan klien. Acara ini berhasil menyajikan kombinasi antara edukasi keuangan dan hiburan yang menarik, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi masyarakat. Pada dimensi "Product", Fin Expo 2023 berhasil menghasilkan produk akhir berupa pengalaman acara yang diterima baik oleh peserta dan klien.

Acara ini berhasil memenuhi tujuan edukasi dan hiburan yang diharapkan, dengan variasi kegiatan yang tidak monoton dan dapat dinikmati oleh pengunjung dari berbagai latar belakang. Namun demikian, terdapat kelemahan dalam konten acara inti seperti talkshow literasi dan inklusi keuangan yang kurang menarik minat pengunjung dengan baik. Evaluasi mendalam terhadap respons pengunjung dan pengembangan konten berdasarkan umpan balik dapat meningkatkan kualitas dan relevansi konten acara di masa mendatang. Memperluas cakupan kegiatan interaktif dan edukatif dapat meningkatkan daya tarik acara secara keseluruhan.

Efektivitas Kreatif Konsep Dalam Dimensi Press

Faktor "Tekanan" mencakup kondisi eksternal atau tekanan yang mempengaruhi proses kreatif. Di dimensi "Press", CV. Kopi Panas menunjukkan kemampuan untuk membuat keputusan yang efisien di bawah tekanan waktu dan anggaran. Penggunaan teknologi terbaru dan komitmen terhadap keberlanjutan dengan teknologi ramah lingkungan telah memberikan nilai tambah bagi acara Fin Expo. Meskipun demikian, terdapat kelemahan seperti tanda penunjuk jalan yang kurang jelas dan terbatasnya jumlah kursi yang tersedia bagi pengunjung. Peningkatan kesadaran akan keberlanjutan dan adaptasi teknologi dalam penyelenggaraan acara dapat menjadi strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Pengembangan solusi inovatif untuk navigasi pengunjung dan peningkatan kapasitas tempat duduk juga dapat meningkatkan pengalaman peserta dan memastikan kesuksesan acara di masa mendatang..

Dari sudut pandang pengorganisir acara, tahapan perencanaan dan pelaksanaan acara sangat penting untuk memastikan bahwa ide kreatif berhasil dan berhasil. Mengembangkan ide-ide inovatif dan melaksanakannya dengan baik membutuhkan tim kreatif yang terampil dan berpengalaman. Kolaborasi yang erat antara pengatur acara dan klien juga sangat penting untuk mengetahui kebutuhan dan visi acara secara keseluruhan. Penggunaan media dan teknologi yang tepat juga dapat meningkatkan konsep acara, pengalaman peserta, dan interaksi

Konsep yang inovatif yang mampu meningkatkan kesadaran konsumen tentang barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan serta memberikan nilai tambah kepada peserta acara dianggap sebagai kunci kesuksesan. Untuk memastikan bahwa acara tidak hanya memenuhi harapan, tetapi juga menginspirasi dan memberikan dampak yang

signifikan, diperlukan evaluasi berkala terhadap efektivitas ide kreatif. Dari perspektif pengunjung atau peserta, kualitas dan keragaman produk yang dipamerkan, konten acara yang informatif dan menarik, dan lingkungan yang mendukung kreativitas dan interaksi adalah semua faktor penting dalam mengevaluasi seberapa efektif ide kreatif. Persepsi tentang acara secara keseluruhan dipengaruhi oleh pengalaman yang Anda alami selama acara, seperti kemudahan akses, kepuasan dengan fasilitas, dan efek positif. Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa kreativitas adalah bagian penting dari proses mengatur acara. Konsep kreatif yang efektif tidak hanya memiliki dampak positif bagi masyarakat tetapi juga memenuhi tujuan dan harapan klien. Langkah penting untuk meningkatkan efektivitas dan kesuksesan acara di masa mendatang adalah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap ide kreatif berdasarkan umpan balik dari berbagai pihak terkait.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengeksplorasi analisis SWOT untuk meningkatkan konsep kreatif pada pelaksanaan event tahunan Fin Expo, dengan menggunakan teori kreativitas 4P yang meliputi Person, Process, Product, dan Press. Melalui analisis SWOT, sejumlah strategi telah dirumuskan untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas acara. Salah satunya adalah Strategi SO, yang berfokus pada memanfaatkan keahlian tim kreatif dalam menggabungkan berbagai jenis kegiatan, seperti talkshow, lomba, dan parade budaya unik, untuk menarik lebih banyak pengunjung. Strategi ST mengandalkan kekuatan konsep acara yang variatif untuk mengatasi ancaman dari event organizer yang lebih berpengalaman. Strategi WO menekankan pentingnya peningkatan komunikasi internal antara tim kreatif dan tim desain lapangan guna mengoptimalkan pengaturan denah acara dan mengembangkan konten yang lebih edukatif. Sementara itu, strategi WT berfokus pada peningkatan konten acara dan penerapan teknologi untuk memperbaiki aksesibilitas pengunjung, memastikan pengalaman yang lebih baik dan lebih inklusif selama acara.

Berdasarkan hasil analisis triangulasi sumber dan matriks SWOT mengenai event Fin Expo yang diadakan oleh CV. Kopi Panas, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diambil untuk meningkatkan pelaksanaan acara di masa mendatang. Pertama, perbaikan komunikasi dan koordinasi antar tim sangat penting. Mengadopsi sistem manajemen proyek yang lebih efisien dan mengadakan rapat koordinasi rutin dapat membantu mengatasi masalah komunikasi yang ada, serta mempermudah pengaturan layout venue untuk mengurangi kebingungan pengunjung dan meningkatkan pengalaman acara secara keseluruhan. Kedua, peningkatan konten dan interaksi acara perlu dilakukan. Untuk menarik minat pengunjung, terutama pada acara utama seperti talkshow, disarankan untuk melibatkan influencer atau ahli yang relevan serta menambahkan elemen interaktif yang lebih bervariasi. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki daya tarik konten acara dan meningkatkan kepuasan peserta.

Ketiga, adaptasi teknologi dan peningkatan aksesibilitas menjadi langkah strategis yang perlu diambil. Mengembangkan aplikasi acara dengan fitur jadwal, peta, dan interaksi digital akan membantu mengatasi perubahan preferensi pengunjung dan meningkatkan kenyamanan mereka. Selain itu, penambahan tanda penunjuk jalan yang jelas dan penerapan teknologi ramah lingkungan dapat meningkatkan pengalaman acara secara keseluruhan. Keempat, memperluas promosi dan kolaborasi juga sangat dianjurkan. Memanfaatkan kekuatan konsep acara yang unik melalui promosi kreatif di media sosial dan bekerja sama dengan influencer lokal akan meningkatkan visibilitas acara dan

menarik audiens yang lebih luas. Terakhir, evaluasi dan pengembangan konten secara berkala sangat penting. Menggunakan umpan balik dari peserta dan klien untuk mengevaluasi serta memperbaiki elemen acara yang kurang efektif akan membantu meningkatkan kualitas acara dan memastikan kesuksesan di masa depan. Dengan menerapkan rekomendasi ini, CV. Kopi Panas dapat meningkatkan efektivitas dan daya tarik acara Fin Expo, menjadikannya lebih sukses dan memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dihadirkan BRI dalam FIN Expo 2023.” artikel online. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5440051/ini-ragam-produk-solusi-keuangan-yang-dihadirkan-bri-dalam-fin-expo-2023?page=2>.
- Fatmawiyati. (2018). Telaah Kreativitas. https://www.researchgate.net/publication/328217424telaah_kreativitas diakses 9 Juni 2024
- Febriana. (2022). Manajemen Pendidikan Bernasis Pesantren/Asrama. Yogyakarta; Jivaloka. [https://eprints.uad.ac.id/51711/1/\(124\)%20NASKAH%20MANAJEMEN%20PENDIDIKAN%20BERBASIS%20PESANTREN%20ASRAMA%20\(OK\)_compressed.pdf](https://eprints.uad.ac.id/51711/1/(124)%20NASKAH%20MANAJEMEN%20PENDIDIKAN%20BERBASIS%20PESANTREN%20ASRAMA%20(OK)_compressed.pdf) diakses pada 9 Juni 2024
- Fitriandito. (2018). “Peran Divisi Kreatif Dalam Event Di Event Organizer CV. Oto Production”. Skripsi Online. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/78092/NDE2OTEx/Peran-Divisi-Kreatif-dalam-Event-di-Event-Organizer-CV-OTO-Production-HALAMAN.pdf> Diakses pada 9 Juni 2024
- Getz, Donald. (2007). Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxford: Elsevier.
- Halim dkk. (2015). “Analysis Of Students’ Errors In Solving Higher Order Thinking Skills (HOTS) Problems For The Topic Of Fraction.” Journal Asian Social Science. Vol. 11, No. 21 Hal: 133-142
- Hasan. (2002). Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Husein Umar. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi & Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Jatmiko, dkk. (2022). Key-Factor Strategy of Creative Industry in Distribution Channel: A SWOT Analysis Method. International Journal of Sustainable Development and Planning
- Jaya. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Yogyakarta: Quadrant
- Jing Li, dkk. (2020). “[Conceptualizing Festival Attractiveness and Its Impact on Festival Hosting Destination Loyalty: A Mixed Method Approach](#),” *Sustainability*, MDPI, vol. 12(8), pages 1-17, April.
- Kuncoro. (2009). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 3. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lisseva & Mariyanti. (2023). “Meningkatkan Efektivitas Kinerja Karyawan PT. Zocorindo Puri Asri Dengan Kreativitas dan Pengalaman Kerja”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Andalas Vol 5 No. 1. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i1.742> Diakses pada 9 Juni 2024
- Miles & Huberman. (1984). Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods. SAGE: Beverly Hills.
- Munandar, Utami. (2014). Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. Jakarta: Rineka Cipta
- Ngalimun. (2016). Strategi dan Model Pembelajaran. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Noor. (2017). Management Event. Bandung: Alfabeta
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). “Bulan Inklusi Keuangan: Wujudkan Akses Keuangan Untuk Semua.” artikel online. Diakses dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10532#:~:text=Pada%20Bulan%20Inklusi%20Keuangan%20ini,promo%20khusus%20di%20bulan%20Oktober>
- Pendit. (2003). Pengantar Ilmu Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Putra, DW - (2023) Peran Tim Kreatif Dalam Meningkatkan Eksistensi Program

- “Talkshow” Di Ubtv Ujung Batu. Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau.
- Robbins, Stephen, dkk (2018). *Perilaku Organisasi*, Edisi. 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Silvers, J. R. (2012). *Professional Event Coordination*. John Wiley & Sons
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto. (n.d.). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama.
- Supriya, Amanda & Kustini. (2024). Swot Analysis in an Effort to Improve Competitive Strategies in the Service of Mahar Agung Organizer Services at PT. Maha Perkasa Indonesia. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality& Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Wan Zahari, dkk. (2015). Critical Success Factors (CSFs) of Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE) Event Management. *Advanced Science Letters*. 21. 1357-1320. 10.1166/asl.2015.6014.
- Wicaksono, Soetam Rizky. (2023). *TRANSFORMASI DIGITAL SUDUT PANDANG ANALISIS SWOT*. Malang: CV. Seribu Bintang.
- 10Times. (2023). “What is MICE? A Guide to Meetings Incentives, Conferences, & Exhibitions.” artikel online. Diakses dari <https://blog.10times.com/what-is-mice/#:~:text=MICE%20is%20an%20acronym%20that,for%20business%20or%20acad>