

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pariwisata tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan devisa negara, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja serta menggerakkan berbagai sektor pendukung seperti transportasi, akomodasi, kuliner, dan jasa kreatif lainnya (Kurniawan et al., 2024). Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2019), sektor pariwisata memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) yang signifikan karena mendorong pertumbuhan berbagai industri yang terkait dalam suatu destinasi.

Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan pada peningkatan kualitas serta diversifikasi produk wisata (Pramesti et al., 2024). Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat global, terutama dalam menghadapi persaingan antar destinasi yang semakin kompetitif. Diversifikasi produk wisata memungkinkan terciptanya berbagai jenis pengalaman wisata yang tidak hanya terbatas pada wisata rekreasi, tetapi juga mencakup bentuk wisata lain yang lebih spesifik dan bernilai ekonomi tinggi (Sukmaratri & Damayanti, 2016). Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan pariwisata menunjukkan adanya pergeseran dari wisata rekreasi (*leisure tourism*) menuju wisata berbasis bisnis (*business tourism*) yang lebih terstruktur (Putri et al., 2024). Pergeseran ini ditandai dengan meningkatnya penyelenggaraan kegiatan berbasis *MICE* yang melibatkan perencanaan yang matang, pengelolaan profesional, serta kontribusi ekonomi yang lebih besar dibandingkan dengan wisata konvensional (Halim, 2025).

Industri *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE)* merupakan salah satu subsektor pariwisata yang berperan mendukung

pertumbuhan ekonomi serta kegiatan bisnis di Indonesia (Yustika et al., 2026). Bentuk kegiatan *MICE* tidak hanya mencakup pertemuan atau konferensi, tetapi juga memiliki berbagai bentuk penyelenggaraan *event* seperti pameran, *gathering* perusahaan, hingga perayaan *corporate event*. Perkembangan industri ini semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan dan organisasi dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan yang bersifat profesional, terstruktur, serta melibatkan banyak peserta. Oleh karena itu, keberadaan penyelenggara *event* profesional atau *event organizer (EO)* menjadi sangat penting dalam mendukung keberhasilan suatu kegiatan acara (Susilo, 2024).

Industri *MICE* di Indonesia telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan jaman, hal ini terlihat pada berbagai daerah yang memiliki potensi sebagai destinasi penyelenggaraan *event* (Kusuma, 2019). Salah satu kota yang memiliki potensi besar pada perkembangan *MICE* adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), kota ini juga dikenal sebagai salah satu destinasi pariwisata dan pusat kegiatan budaya yang memiliki fasilitas penunjang penyelenggaraan *event* seperti hotel, *convention hall*, serta *venue* yang memadai (Annisa & Tyas, 2020). Selain itu, di Yogyakarta sendiri telah banyak berdiri *event organizer* berpengalaman yang berkembang dan bergerak dalam menangani berbagai jenis kegiatan berskala lokal hingga Internasional. Kondisi tersebut menjadikan Yogyakarta sebagai salah satu kota yang aktif berkontribusi dalam mengikuti perkembangan industri *MICE* di Indonesia.

Salah satu perusahaan di Yogyakarta yang bergerak pada bidang penyewaan peralatan dan jasa penyelenggaraan acara adalah PT. Gajah Mada Barokah Sukses Makmur. Perusahaan ini menggunakan nama GM Production Indonesia untuk membangun citra dan mengembangkan perusahaan dalam dunia penyelenggaraan acara. Di dalam perusahaan sendiri terdapat berbagai divisi yang saling berkaitan diantaranya team produksi, multimedia, dokumentasi, dan *event organizer* yang biasa disebut dengan Gmice. Berbagai kegiatan yang ditangani GM Production Indonesia antara lain *corporate event*, *gathering* perusahaan, *incentive trip*, *festival* dan *event* promosi. Dalam perjalanannya perusahaan ini memiliki pengalaman mengelola berbagai kegiatan dengan jumlah peserta yang

besar serta dengan kebutuhan teknis yang beragam. Pengalaman tersebut mencakup pengaturan seluruh tahapan penyelenggaraan *event*, mulai dari juga memiliki berbagai bentuk penyelenggaraan *event* seperti pameran, *gathering* perusahaan, hingga perayaan *corporate event*. Perkembangan industri ini semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan dan organisasi dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan yang bersifat profesional, terstruktur, serta melibatkan banyak peserta. Oleh karena itu, keberadaan penyelenggara *event* profesional atau *event organizer (EO)* menjadi sangat penting dalam mendukung keberhasilan suatu kegiatan acara (Susilo, 2024).

Salah satu *event* yang telah diselenggarakan oleh GM Production Indonesia adalah Peringatan Hari Ulang Tahun PT. Surveyor Indonesia yang ke 34 tahun. *Event* ini merupakan kegiatan *MICE* yang diselenggarakan sebagai bentuk perayaan perjalanan perusahaan sekaligus menjadi sarana dalam mempererat hubungan antara perusahaan dengan para karyawan maupun mitra kerja (Halim & Santosa, 2025). Dalam penyelenggaraannya, GM Production bertanggung jawab dalam berbagai aspek manajemen *event*, termasuk pengelolaan teknis kegiatan, koordinasi *vendor*, serta penyediaan layanan konsumsi bagi peserta yang hadir.

PT. Surveyor Indonesia merupakan perusahaan yang telah menjalin kerja sama dengan GM Production Indonesia diberbagai kegiatan seperti, *gathering* perusahaan, *incentive tour*, dan perayaan hari ulang tahun. Kepercayaan yang diberikan oleh PT. Surveyor Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan GM Production Indonesia memiliki kapasitas dan kompetensi yang baik dalam menangani berbagai kegiatan acara. Oleh karena itu, pengelolaan setiap *event* yang diselenggarakan harus dapat dilakukan secara profesional dan terstruktur guna memenuhi harapan klien serta menjaga hubungan kerja sama antar kedua belah pihak (Raffy et al., 2025).

Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan peneliti, HUT PT. Surveyor Indonesia tahun 2025 di TMII menemukan beberapa kendala yang berkaitan dengan koordinasi manajemen *event* pada pengelolaan layanan katering atau *food stall*. Pengelolaan layanan konsumsi sendiri merupakan salah satu aspek penting dalam penyelenggaraan *corporate event* berskala besar, yang memerlukan

perencanaan matang, pengorganisasian sumber daya efektif, serta pengawasan ketat guna mengoptimalkan pelayanan kepada peserta (Aulia, 2025).

Dalam perencanaannya panitia internal HUT PT. Surveyor Indonesia atau PT.S I telah berkoordinasi dengan *EO Gmice* (GM Production) dalam menentukan jenis menu, variasi menu, jumlah yang di butuhkan serta merencanakan *food tasting* guna menyesuaikan menu dengan para peserta dan mengefisienkan budget. Perencanaan yang di lakukan kedua belah pihak dapat berjalan dengan lancar dengan menghasilkan 14 menu makanan dan minuman yang telah lolos melewati tahapan *food tasting* dan selanjutnya di gunakan sebagai konsumsi peserta pada perayaan HUT PT. Surveyor Indonesia 2025. Peneliti menemukan kendala di lapangan bahwa makanan katering pada *food stall* tidak layak konsumsi atau basi pada saat sebelum disajikan kepada para peserta. Makanan tersebut sebelumnya telah diproduksi dan dipesan dengan jumlah yang telah disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan sekitar 1.500 orang peserta. Kondisi ini menunjukkan terdapat kelalaian dan miskomunikasi pada pengelolaan distribusi maupun pengawasan kualitas makanan selama kegiatan berlangsung.

Hal ini, didukung dengan hasil pra-wawancara yang dilakukan peneliti dengan pihak koordinator katering. Berdasarkan hasil pra-wawancara, diketahui bahwa terdapat kelalaian pengelola dan kegagalan komunikasi dalam proses pendistribusian makanan antara tim penyelenggara *event* dan vendor katering/*food stall*. Kegagalan komunikasi tersebut berpotensi memengaruhi kualitas pelayanan konsumsi yang diberikan kepada peserta kegiatan (Xoeo Indonesia, 2025). Permasalahan ini menjadi perhatian penting karena PT. Surveyor Indonesia merupakan klien yang telah menjalin kerja sama dengan GM Production dalam berbagai kegiatan perusahaan bersifat strategis. Sebagai penyelenggara *event* yang dipercaya menangani kegiatan sebuah perusahaan, GM Production Indonesia perlu memastikan bahwa setiap aspek dalam penyelenggaraan *event*, termasuk pengelolaan layanan konsumsi, dan detail lainnya dapat berjalan secara optimal dan profesional (Fitriansyah & Abadi, 2024). Lebih lanjut, berdasarkan hasil pra-wawancara peneliti, diketahui bahwa pengelolaan layanan katering pada *event* tersebut belum menerapkan secara sistematis pendekatan *manajemen Event*

berbasis fungsi manajemen yakni *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC)*. Pendekatan ini sendiri merupakan salah satu konsep manajemen yang umum digunakan dan memadai dalam mengelola kegiatan organisasi maupun sebuah proyek secara terstruktur (Farentia et al., 2025). Penggunaan pendekatan *POAC* dalam manajemen *event* dinilai relevan untuk menganalisis proses pengelolaan layanan katering dalam suatu kegiatan berskala besar (Pujani & Kusumarini, 2025). Melalui fungsi *planning*, penyelenggara dapat merencanakan kebutuhan konsumsi secara tepat yang disesuaikan oleh keinginan klien; melalui *Organizing*, pembagian tugas dan koordinasi antartim dapat dilakukan secara jelas; melalui *actuating*, pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai dengan rencana; melalui *controlling* pengawasan terhadap kualitas layanan dan distribusi makanan dapat dilakukan secara lebih efektif. Dalam penelitian ini, *POAC* digunakan sebagai alat analisis *Event* peringatan HUT PT. Surveyor Indonesia Tahun 2025.

Berdasarkan uraian di atas, Peneliti melakukan penelitian mengenai penerapan fungsi manajemen *POAC* dalam mengelola layanan katering *food stall* pada penyelenggaraan HUT PT. Surveyor Indonesia. Peneliti memilih *event* tersebut dikarenakan tiga faktor pertimbangan. Pertama, adanya kontrak jangka panjang antara PT. Surveyor Indonesia dan GM Production Indonesia, dimana kontrak yang terjalin menuntut kedua belah pihak harus menjaga kinerja dan profesionalisme guna mendukung kelancaran acara lain di kemudian hari (Cahayani, 2023). Kedua, adanya kendala krusial perihal manajemen katering di hari perayaan Perusahaan. Kendala yang terjadi ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan perusahaan apabila tidak dapat ditangani dengan baik (Zahratulaini, 2024). Terakhir yakni status PT. Surveyor Indonesia sebagai salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang dikelola oleh kementerian Perindustrian dengan dampaknya yang cukup signifikan (Surveyor Indonesia, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini berjudul Analisis *POAC* GM Production Indonesia: Studi Kasus Manajemen Katering HUT PT. Surveyor Indonesia 2025. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan manajemen *POAC* dalam pengelolaan layanan katering *food stall event* dan memberikan masukan

bagi penyelenggara *event organizer* guna meningkatkan kualitas manajemen katering acara di masa mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi dan efektivitas *POAC* dalam manajemen katering pada HUT PT. Surveyor Indonesia 2025 yang diselenggarakan oleh GM Production Indonesia?
2. Apa saja faktor penghambat *POAC* dalam manajemen katering pada HUT PT. Surveyor Indonesia 2025?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis implementasi serta efektivitas *POAC* dalam manajemen katering pada HUT PT. Surveyor Indonesia 2025 yang diselenggarakan oleh GM Production Indonesia.
2. Menganalisis faktor-faktor penghambat dalam penerapan *POAC* pada manajemen katering pada HUT PT. Surveyor Indonesia 2025.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen katering *event*, manajemen *event*, dan pengembangan industri *MICE*.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan menjadi referensi akademis terkait penerapan fungsi manajemen *POAC* (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) dalam pengelolaan katering *food stall* pada penyelenggaraan *corporate event* berskala besar.
 - c. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai hubungan antara pengelolaan layanan konsumsi *event*, kualitas pelayanan dan pendukung keberhasilan penyelenggaraan *event*.

- d. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun akademisi yang tertarik mengkaji topik terkait manajemen katering *event*, manajemen *event*, serta industri *MICE*. dengan objek dan pendekatan penelitian yang berbeda. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan kajian dalam pengembangan penelitian lanjutan yang lebih mendalam, baik melalui pendekatan kuantitatif, komparatif, maupun evaluatif.

2. Manfaat Praktis

a. GM Production sebagai pengelola *MICE*

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan menjadi bahan evaluasi bagi GM Production Indonesia guna meningkatkan pengelolaan Katering *food stall* pada penyelenggaraan *corporate event*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu penyelenggara *event organizer* dalam meningkatkan kualitas perencanaan, koordinasi operasional, serta pengawasan layanan konsumsi agar penyelenggaraan *event* dapat berjalan lebih efektif, profesional, dan terorganisir.

b. PT. Surveyor Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT. Surveyor Indonesia dalam memilih *event organizer* yang memiliki kompetensi dalam menerapkan manajemen katering *event* secara efektif dan profesional, sehingga mampu mendukung keberhasilan penyelenggaraan kegiatan perusahaan.