

STRATEGI PENGEMBANGAN SURABAYA ART EVENT (SAE)

Heri Wijayanto

email: hrwjnt@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk menganalisa faktor internal dan eksternal SAE sebagai upaya dalam rangka membuat strategi dalam pengembangan organisasi. Banyaknya EO berdampak pada persaingan yang lebih kompetitif. Hal ini menyebabkan perlunya pemahaman terhadap faktor internal dan eksternal. Tiga orang anggota internal SAE dijadikan sebagai narasumber diwawancarai untuk menentukan peringkat setiap indikator. Hasilnya menunjukkan bahwa SAE mengembangkan strategi Hold and Maintain (pertahankan dan pelihara). Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

Kata kunci : Strategi, faktor, internal, eksternal, SAE.

ABSTRACT

This article has puposes to analize internal and external factor of SAE as effort to make strategy of organization development. The number of EO has impact competitive competition. This causes need for understanding of internal and external factors. Three of internal SAE members as respondent be interview to decid each indicator level. The result showed SAE develop hold and maintain strategy. General strategy used are market penetration and product development. It is need strategic maintenance such as use of each strenght to face each threatened by create diversification to create opportunity.

Keyword : Strategy, factor, internal, external, SAE.

PENDAHULUAN

Aktifitas berkesenian di Jawa Timur yang kami amati selama ini kembang-kempis, khususnya yang ada di Surabaya, Surabaya merupakan pusat perkembangan kota Jawa Timur, hal tersebut membuat kami untuk mengembangkan kreatifitas berkesenian, di Surabaya sendiri belum ada program yang menentu atau pasti, seperti program jangka pendek dan program jangka panjang yang berkaitan dengan pengembangan kesenian khususnya seni rupa, banyak sekali galery-galery untuk menunjang perkembangan itu, namun yang ada hanya dipenuhi dengan seniman-seniman yang sudah mempunyai nama dimata masyarakat atau bisa disebut seniman besar, hal itu menjadi suatu pertanyaan besar bagi kami, gallery-galery yang ada di Surabaya kurang kita manfaatkan atau gallery tersebut tidak cocok untuk seniman yang belum mempunyai nama dimata khalayak umum.

Untuk perkembangan bagi seniman-seniman muda yang memiliki potensi, padahal banyak sekali pemuda yang memiliki potensi untuk mengembangkan kreatifitasnya, namun banyak yang terhambat dengan keadaan kota yang tidak mendukung, berawal dari perbincangan yang sangat sederhana sebelumnya, menjadi suatu pembicaraan yang mulai menuju ke ranah serius, kami mulai berpikir untuk mencari solusi atau jalan keluar, setelah berpikir, barulah kita mulai bertindak. Perbincangan yang sangat sederhana dan terus menerus dibicarakan tentang atmosfer berkesenian Surabaya yang hanya kembang kempis saja dalam mengangkat aktifitas berkesenian. Pembicaraan itulah mengawali kami untuk merumuskan dan mencari solusi, untuk untuk mengembangkan kualitas berkesenian yang ada di Jawa Timur dan mengembangkan atmosfer berkesenian yang ada. Jawa Timur memiliki banyak seniman-seniman yang mempunyai potensi tinggi, namun kurang adanya respon yang tinggi dari pihak-pihak yang bisa mendukung sang seniman untuk

berkembang.

Surabaya Art Event mulai memberanikan diri untuk membangun organisasi yang berkaitan dengan pendukung atau penjemabatan dalam atmosfer berkesenian ini mulai sekarang, Keresahan-keresahan yang dirasakan tak luput dari kurangnya perhatian dari pihak-pihak galeri seni profesional maupun pemerintah sendiri terhadap dunia seni rupa. Proses apresiatif terhadap pemuda terletak pada pengertian dan pemahaman insan-insan yang terkait, tidak hanya melihat pelaku seni yang sudah mapan, melainkan para seniman mudakhususnya seni rupa juga membutuhkan apresiasi yang sama dimana kami sebagai senimanmuda juga membutuhkan tempat pameran untuk bisa berinteraksi secara profesional jugaberapresiasi dengan masyarakat luas dan jauh selain itu agar proses berkeseniannya semakin terasah dengan gesekan-gesekan atau komentar, dan kritik yang baik dalam kekaryaannya. Maka dengan itu dibutuhkanlah infrastruktur yang bisa mendukung hal tersebut.

Munculnya seniman yang ada di Surabaya banyak, dengan begitu semakin dibutuhkannya infrastruktur yang mendukung seniman untuk mengekspresikan diri dalam mempromosikan karya seninya kepada masyarakat umum. Peran EO sanat penting dibutuhkan sebagai penyalur atau penjemabatan antara seniman dan masyarakat untuk mempermudah dalam mempromosikan karya seninya. EO juga perlu memikirkan maksud dan tujuan dalam mendirikan sebuah agar tidak putus di tengah jalan. adapun pertanyaan yang disoal pada penelitian ini, yaitu (1) Bagaimana strategi pengembangan Surabaya Art Event? (2) Bagaimana formulasi strategi pengembangan Surabaya Art Event?

Pengumpulan Data

1. Sumber Data

1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Adapun yang menjadi sumber primer dalam penelitian ini adalah Ketua SAE, dan anggota. Anggota yang dipilih adalah orang yang masih aktif menjadi anggota SAE, serta memiliki peranan yang signifikan dalam segala kegiatan yang diselenggarakan oleh SAE. Proses pemilihan ini berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 20 November 2015.

No	NAMA	JABATAN	TANGGAL
1	Mufi Mubarocho	Directur	19 Mei 2016
2	Heri Wijayanto	Manager Operasional	-
3	Helmi Agam	Kor. Lapangan	19 Mei 2016
4	Dian Alvarizi	Lapangan	19 Mei 2016

1.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Beberapa sumber tertulis yang dijadikan acuan dipilih secara acak dengan melakukan pemilihan jurnal-jurnal yang meneliti peranan komunikasi dalam organisasi di *google schooler* dan beberapa sumber lain.

2. Pengumpulan data

2.1 Observasi

Observasi dilakukan pada tanggal 20 November 2015 dengan melakukan pengamatan, yang meliputi kegiatan pemantauan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan alat seadanya berupa catatan lapangan dan ingatan peneliti. Kegiatan ini dilakukan di Sekretariat SAE Surabaya, dimana tempat ini menjadi tempat kerja anggota-anggota SAE. Adapun yang pewawancara

lakukan saat observasi, adalah (1) melihat kegiatan SAE; (2) memperhatikan cara kerja SAE; dan (3) mengamati proses pengambilan keputusan SAE.

2.1.1 Wawancara

Pada penelitian ini penulis mewawancarai tiga orang narasumber yang terdiri dari Direktur dan anggota SAE. Pada proses wawancara ini ada beberapa hal yang menjadi kendala, jarak yang jauh dan kondisi situasi diperjalanan yang tidak menentu menyebabkan jadwal wawancara sering berubah.

3. Variabel

Variabel	Indikator
Faktor Internal	
- Kekuatan	<ul style="list-style-type: none">Berada di pusat kota Surabaya.Daftar harga yang tawarkan relatif terjangkau.Memberikan pelayanan yang baik, pada seniman dan karyanya.Semua Anggota SAE memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.Memiliki jaringan Seniman se Jawa Timur.Selalu mengeluarkan ide-ide baru dalam event.
- kelemahan	<ul style="list-style-type: none">Anggota/ SDM yang minim modal.EO SAE yang sangat minim anggota.Belum memiliki ruang Sekretariat yang standart.Kurangnya promosi dalam media sosial.Tidak memiliki PR yang khusus dalam seni rupa.Tidak memiliki sekretaris.

Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada event organisasi bidang seni rupa. • Potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota Surabaya. • Banyak perusahaan besar di kota Surabaya. • Banyak hotel yang belum tersentuh seni.
- Peluang	
- Ancaman	<ul style="list-style-type: none"> • Akan muncul persaingan baru yang sejenis. • Banyak lembaga yang berkecimpung dalam dunia seni. • Kurang adanya dukungan dari lembaga pemeritahan. • Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.

dari organisasi yang semuanya merupakan faktor-faktor strategis (Hunger & Wheelen, 2003: 193).

Tabel 1. Penilaian Bobot Faktor Internal Perusahaan

Faktor Internal	A	B	C	...	Total
A		3			
B			2		
C	1	2			
...					
Total					

Sumber : David (----)

Tabel 2. Tabel Penilaian Bobot Faktor Eksternal Perusahaan

Faktor Eksternal	A	B	C	D	Total
A		1			
B	3		3	2	
C		2			
D			1		
Total					

Sumber : David (----)

Bobot setiap variabel diperoleh dengan membagi jumlah nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel

dengan menggunakan rumus :

$$a_i = \frac{X_i}{\sum X_i}$$

Keterangan :

a_i = Bobot variabel ke-i

X_i = Nilai variabel ke-i

i = ke 1,2,3,...

3. Pemberian Rating (Peringkat)

Menurut David (2006: 131), *rating* (peringkat) menggambarkan seberapa besar efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor strategis

4. Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis metode kualitatif deskriptif yaitu dengan menganalisis data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait dalam pengelolaan Manajemen Surabaya Art Event. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang manajemen (tatakelola) dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Surabaya Art Event sebagai penjem-batan bagi seniman yang ada di Surabaya. Setelah selanjutnya dilakukan analisis data dengan metode analisis SWOT untuk memperoleh data yang nantinya dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian.

Analisis SWOT merupakan awal proses perumusan strategi. Analisis ini mengharuskan para manajer strategis untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, di samping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. SWOT adalah akronim untuk *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*

yang ada. Penilaian rating untuk lingkungan eksternal diberikan dalam skala dengan pembagian sebagai berikut :

Lingkungan Eksternal	
Aspek Peluang : <i>rating 4</i> = respon sangat superior, <i>rating 3</i> = respon di atas rata-rata, <i>rating 2</i> = respon rata-rata dan <i>rating 1</i> = respon di bawah rata-rata	Aspek Ancaman <i>rating 4</i> = respon di bawah rata-rata, <i>rating 3</i> = respon rata-rata, <i>rating 2</i> = respon di atas rata-rata, dan <i>rating 1</i> = respon sangat superior
Lingkungan Internal:	
Aspek Kekuatan : <i>rating 4</i> = sangat kuat, <i>rating 3</i> = kuat, <i>rating 2</i> = lemah dan <i>rating 1</i> = sangat lemah	Aspek Kelemahan: <i>rating 4</i> = sangat lemah, <i>rating 3</i> = lemah, <i>rating 2</i> = kuat, dan <i>rating 1</i> = sangat kuat

TABEL 3. MATRIK EFE (EXTERNAL FACTOR EVALUATION)

Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
Peluang:			
-			
-			
Ancaman:			
-			
-			
Total			

Sumber : David (---)

TABEL 4. MATRIK IFE (INTERNAL FACTOR EVALUATION)

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
Kekuatan:			
-			
-			
Kelemahan:			
-			
-			
Total			

Sumber : David

Temuan dan Pembahasan

Visi dan Misi

a. Visi

Merangkul seniman yang ada di Jawa Timur untuk memperkuat ikon Seni Rupa Jawa Timur untuk dikenal dalam negeri dan manca Negara.

b. Misi

- Memunculkan seniman dan kurator muda
- Menumbuhkan atmosfer berkesenian di Surabaya
- Merespon keinginan berekspresi seniman seni rupa dalam interaksi kehidupan masyarakat masyarakat umum.
- Menjembatani dan memberikan jalan karya - karya seniman melalui berpameran seni rupa. Pameran ini sekaligus diharapkan menjadi ajang proses kreatif, mengembangkan aktifitas berkesenian di Jawa Timur maupun luar Jawa Timur.
- Memperkokoh ikatan para seniman dan komunitas-komunitas yang ada di surabaya agar lebih terbuka dalam mengemukakan pendapat melalui musyawarah untuk bisa bergerak dalam apresiasi seni di masyarakat.
- Upaya memacu tumbuhnya infrastruktur dan suprastruktur seni rupa.

Bidang Usaha Sae

Bidang Usaha	Art Exhibition	Art Performance	Provide Painting	Art Education
Jenis Kegiatan	- Seni lukis - Seni patung - Art craft	- Traditional dance - Modern dance - Kontemporer dance	- Fine art - Interior painting - Craft	- Seminar (Seni dan budaya) - Les privat (Lukis, Wawasan seni)

Menelaah Visi Surabaya Art Event

Dari visi surabaya art event yang tertulis berbunyi merangkul seniman yang ada di Jawa Timur untuk memperkuat ikon Seni Rupa Jawa Timur untuk dikenal dalam di dalam dan manca Negara, memang pada sejarah berdirinya surabaya art event mengatakan merangkul seniman-seniman muda yang ada di surabaya, tapi karena organisasi art event ini menghormati seniman yang lebih tua, jadi hal tersebut menjadi tanggung jawab untuk merangkul semua kalangan seniman yang ada di jawa timur, namun lebih mengutamakan para pemuda agar mereka bisa juga eksis tanpa perbedaan umur, dan surabaya memiliki ragam seni rupa yang bisa menjadi ikon surabaya untuk pertumbuhan gobalisasi yang semakin berkembang.

Menelaah Misi EO Surabaya Art Event

Misi poin pertama: Dalam hal ini seniman menjadi partner untuk melaksanakan sebuah event, dan juga berkerja sama dengan kurator-kurator yang ada di jawa timur, hanya beberapa kurator yang ada di jawa timur, sehingga surabaya art event dalam misinya mencantumkan untuk memunculkan “seniman dan kurator muda” yang ada di surabaya, jika tidak tidak ada yang menampung kemampuan para seniman dan kurator muda, mereka akan kebingungan untuk

meluapkan ekspresi masing-masing profesi, maka dari itu muncullah surabaya art event atas keresahan-keresahan para pendiri surabaya art event.

Poin kedua yaitu pada poin ini menumbuhkan atmosfer berkesenian di Surabaya dalam kegiatan yang sering dilakukan oleh organisasi Surabaya art event ini memberikan kontribusi kepada area berkesian yang ada di surabaya, khususnya seni rupa, tapi dalam misi ini ada yang kurang, karena setiap kegiatan yang dilakukan selalu ada kegiatan pertunjukan di dalamnya yang seharusnya di masukkan dalam misi surabaya art event.

Poin ketiga yaitu pada poin ini merespon keinginan berekspresi seniman seni rupa dalam interaksi kehidupan masyarakat umum, hal ini sesuai dengan kegiatan yang dilakukan dalam event pameran, mengapresiasi karya seniman kepada publik atau masyarakat umum.

Poin keempat yaitu berada pada poin ini sangat jelas sekali tentang menjembatani karya-karya seniman melalui berpameran seni rupa. pameran inisekaligus diharapkan menjadi ajang proses kreatif, mengembangkan aktifitas berkesenian di Jawa Timur maupun luar Jawa Timur.

Ke Lima yaitu Memperkokoh ikatan para seniman dan komunitas-komunitas yang ada di surabaya agar lebih terbuka dalam mengemukakan pendapat melalui musyawarah untuk bisa bergerak dalam apresiasi seni di masyarakat. Sudah jelas masyarakat seniman dan masyarakat sangat erat kaitannya sehingga bagi para seniman yang kesulitan dalam mensosialisasikan karyanya untuk masyarakat.

Upaya memacu tumbuhnya infrastruktur dan suprastruktur seni rupa, dimana seniman yang kesulitan dalam mengapresiasi karyanya banyak kendala terutama dalam infrastruktur, maka dari itu surabaya art event berusaha mempermudah dalam membuat event pameran dan aktivitas lainnya.

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan pasti memiliki tujuan dan sasaran untuk mendapatkan hasil, pengertian tujuan dalam organisasi atau perusahaan ialah pernyataan kualitatif mengenai keadaan/hasil yang ingin dicapai dimasa yang akan datang, sedangkan sasaran pengertiannya lebih spesifik dan dapat di ukur atau di hitung sehingga dapat diakuantifikasi. Mendirikan sebuah organisasi, perusahaan dan yayasan tidak cukup hanya dengan visi-misi saja, namun tujuan didirikannya harus begitu tepat dan sesuai, tujuan yang sesuai akan menunjukkan keberhasilan dalam setiap organisasi, perusahaan dan sejenisnya. Tujuan yang sesuai didasari dengan sasaran yang akan di tuju, seperti misalnya dalam sebuah perusahaan industri lebih kepada konsumen, konsumen yang seperti apa? Kalangan menengah ke bawah atau kalangan menengah ke atas, sedangkan organisasi kesenian lebih kepada penikmat, atau pengunjung baik itu dewasa maupun anak-anak, dan hanya mengharapkan sebuah apresiasi dari masyarakat umum, apalagi dewasa ini kegiatan seni lebih banyak terkonsep *seni untuk masyarakat*. Organisasi seni biasanya kerja sama dengan seniman dalam membuat suatu event yang akan diselenggarakan. Cenderung dalam sebuah organisasi seni, visi dan misi merupakan sebagian dari tujuan didirikannya sebuah organisasi, dari situlah sebuah organisasi seni jarang memaparkan tujuan dan sasarannya, dan kebanyakan para perusahaan industri yang biasanya lebih rinci memaparkan sebuah tujuan dan sasaran, hal ini karena dalam usaha industri kuat hubungannya dengan pendapatan dari perusahaan yang didirikan tersebut.

Tujuan terbentuknya suatu perusahaan, jika perusahaan biasanya untuk menarik konsumen sebagai pelanggan dalam usaha, sehingga pihak perusahaan akan mendapatkan laba dan keuntungan dari konsumen dalam bentuk finansial.

Dalam pembahasan kali ini yang berkaitan dengan *tujuan dan sasaran organisasi*, mengenai

Surabaya Art Event sebagai organisasi yang telah di bahas sebelumnya dalam visi-misi organisasi.

Tujuan Terbentuknya Surabaya Art Event

Tujuan.

Menampung semua aspirasi kreator muda (seniman dan kurator) dengan menjembatani dan memberikan suatu layanan yang baik dalam mengembangkan aktifitas berkesian.

Sasaran

1. Mendekatkan masyarakat umum agar lebih mengenal tentang kegiatan kesenian yang ada di Surabaya.
2. Terciptanya suatu kegiatan secara rutin dalam berpameran dan aktivitas berkesenian di Surabaya.

Dalam tujuan yang ingin dilakukan memang berawal dari kegiatan yang tidak mengeluarkan dana, namun dengan tujuan menjembatani para kreator muda (seniman, kurator) akhirnya pada kegiatan selanjutnya Surabaya Art Event bekerja sama dengan dinas pemerintahan untuk membuat suatu event yang sama kaitannya tujuan awal yaitu menjembatani, tapi tidak menutup kemungkinan ada seniman-seniman tua atau bisa dibilang senior untuk meminta bantuan dari organisasi Surabaya Art Event untuk dibuatkan suatu agenda acara yang berkaitan dengan seni rupa, tidak menutup kemungkinan tujuan dan sasaran harus di rombak karena dalam pemaparan tujuan hanya mengerucut pada kalangan pemuda saja, dan juga kegiatan lain seperti edukasi yang ada kaitannya dengan kerja sama dengan lembaga atau perusahaan harus ditambahkan dalam tujuan dan sasaran, sehingga dalam perubahan tujuan dan sasaran harus sesuai dengan kegiatan yang sudah terjadi sebagai evaluasi, penambahan suatu tujuan dan sasaran dalam organisasi harus lebih dilengkapi secara relevan berdasarkan dengan apa yang pernah dilakukan

dalam kegiatan sebelumnya.

Analisis SWOT

Melalui alat bantu kuesioner kepada beberapa responden, diperoleh data yang disajikan melalui beberapa tabel sebagai berikut:

Tabel Penilaian bobot faktor Internal (kekuatan & Kelemahan)

Faktor Internal	Mufi Mubaroch	Helmi Agam	Sochib Munajad	Rata-rata
A	0,080	0,060	0,060	0,066
B	0,084	0,068	0,072	0,074
C	0,096	0,102	0,083	0,093
D	0,103	0,098	0,102	0,101
E	0,057	0,053	0,064	0,058
F	0,076	0,076	0,060	0,070
G	0,088	0,087	0,076	0,083
H	0,072	0,083	0,102	0,085
I	0,080	0,087	0,106	0,091
J	0,096	0,095	0,079	0,09
K	0,107	0,106	0,110	0,074
L	0,057	0,097	0,079	0,067
TOTAL RATA-RATA				1,000

Keterangan:

- A = Berada di pusat kota Surabaya.
- B = Daftar harga yang tawarkan relatif terjangkau.
- C = Memberikan pelayanan yang baik, pada seniman dan karyanya.
- D = Semua Anggota SAE memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.
- E = Memiliki jaringan Seniman se Jawa Timur.
- F = Selalu mengeluarkan ide-ide baru dalam event.
- G = Anggota/ SDM yang minim modal.
- H = EO SAE yang sangat minim anggota.
- I = Belum memiliki ruang Sekretariat yang standart.
- J = Kurangnya promosi dalam media sosial.
- K = Tidak memiliki PR yang khusus dalam seni rupa.
- L = Tidak memiliki sekretaris.

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa faktor internal EO Surabaya Art Event yang memiliki bobot tertinggi adalah semua anggota SAE telah memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.

Penilaian bobot terhadap faktor Eksternal (Peluang & Ancaman)

Faktor Eksternal	Mufi Mubaroch	Helmi Agam	Sochib Munajad	Rata-rata
A	0,133	0,098	0,108	0,113
B	0,125	0,147	0,135	0,135
C	0,142	0,137	0,099	0,126
D	0,133	0,147	0,162	0,147
E	0,089	0,156	0,117	0,120
F	0,089	0,098	0,099	0,095
G	0,133	0,127	0,117	0,125
H	0,151	0,186	0,162	0,166
TOTAL RATA-RATA				1,000

Keterangan:

- A = Tidak ada event organisasi bidang seni rupa.
- B = Potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota Surabaya.
- C = Banyak perusahaan besar di kota Surabaya.
- D = Banyak hotel yang belum tersentuh seni.
- E = Akan muncul persaingan baru yang sejenis.
- F = Banyak lembaga yang berkecimpung dalam dunia seni.
- G = Kurang adanya dukungan dari lembaga pemerintahan.
- H = Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.

Tabel diatas menunjukkan, bahwa faktor eksternal EO SAE yang memiliki bobot tertinggi adalah (H) kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.

Tabel Pemberian Peringkat terhadap **Kekuatan** EO SAE

N o	Kekuatan	Mufi Mubaroch	Helmi Agam	Sochib Munajad	Rata-rata
1	Berada di Pusat Kota Surabaya.	4	3	4	3,6
2	Daftar harga yang tawarkan relatif terjangkau.	3	3	3	3
3	Memberikan pelayanan yang baik, pada seniman dan karyanya.	3	3	4	3,3
4	Semua Anggota SAE memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.	4	3	3	3,3
5	Memiliki jaringan Seniman se Jawa Timur.	3	3	3	3
6	Selalu mengeluarkan ide-ide baru dalam event	3	2	3	2,6

Berdasarkan tabel di atas, peringkat terhadap kekuatan EO yang terendah adalah Kedekatan dengan lembaga pemerintah. Sedangkan faktor kekuatan lainnya memiliki peringkat yang relatif sama (setara).

Tabel Pemberian Peringkat terhadap **Kelemahan** EO SAE

N o	Kelemahan	Mufi Mubaroch	Helmi Agam	Sochib Munajad	Rata-rata
1	Anggota/ SDM yang minim modal.	2	2	2	2
2	EO SAE yang sangat minim anggota	2	3	2	2,3
3	Belum memiliki ruang Sekretariat yang standart.	3	2	2	2,3
4	Kurangnya promosi dalam media sosial.	2	2	3	2,3
5	Tidak memiliki PR yang khusus dalam seni rupa.	3	1	3	2,3
6	Tidak memiliki sekretaris.	4	3	2	3

Menurut tabel di atas, peringkat terendah dalam kelemahan EO SAE adalah Anggota/ SDM yang minim. Sedangkan peringkat tertinggi ialah tidak memiliki kolektor seni, dan peringkat kedua ada empat yang bernilai sama.

Tabel Pemberian Peringkat terhadap **Peluang** EO SAE

N o	Peluang	Mufi Mubaroch	Helmi Agam	Sochib Munajad	Rata-rata
1	Tidak ada event organisasi bidang seni rupa.	3	3	4	3,3
2	Potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota Surabaya.	2	2	3	2,3

3	Banyak perusahaan besar di kota Surabaya.	3	3	3	3
4	Banyak hotel yang belum tersentuh seni.	2	2	3	2,3

Menurut tabel di atas peringkat pertama peluang EO SAE adalah Tidak ada event organisasi bidang seni rupa (wilayah Surabaya), peringkat kedua yaitu banyak perusahaan besar di kota Surabaya, dan peringkat ketiga adalah dua garis tabel yang sama rata-rata yaitu potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota surabaya dan banyaknya kolektor seni rupa.

Tabel Pemberian Peringkat terhadap **Ancaman** EO SAE

No	Ancaman	Mufi Mubaroch	Helmi Agam	Sochib Munajad	Rata-rata
1	Akan ada kemunculan persaingan baru yang sejenis.	2	2	2	2
2	Banyak lembaga yang berkecimpung dalam dunia seni.	3	3	3	3
3	Kurang adanya dukungan dari lembaga pemerintahan.	3	2	3	2,6
4	Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.	3	2	2	2,3

Pemberian peringkat terhadap indikator ancaman EO SAE pada tabel di atas, menunjukkan peringkat pertama terdapat pada banyak lembaga yang berkecimpung dalam dunia seni, kedua adalah kurang adanya dukungan dari lembaga pemerintahan, ketiga adalah kurang percayanya kolektor terhadap

karya seniman Jawa Timur, dan yang paling terakhir yaitu akan ada kemunculan persaingan baru yang sejenis.

Tabel. Hasil Analisis Matrik IFE

No	FAKTOR INTERNAL	Bobot	Rating	Bobot Skor
1	Berada di Pusat Kota Surabaya.	0,066	3,6	0,237
2	Daftar harga yang tawarkan relatif terjangkau.	0,074	3	0,222
3	Memberikan pelayanan yang baik, pada seniman dan karyanya.	0,093	3,3	0,306
4	Semua Anggota SAE memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.	0,101	3,3	0,333
5	Memiliki jaringan Seniman se Jawa Timur.	0,058	3	0,174
6	Selalu mengeluarkan ide-ide baru dalam event	0,070	2,6	0,182
7	Anggota/ SDM yang minim modal.	0,083	2	0,166
8	EO SAE yang sangat minim anggota	0,085	2,3	0,195
9	Belum memiliki ruang Sekretariat yang standart.	0,091	2,3	0,209

10	Kurangnya promosi dalam media sosial.	0,09	2,3	0,027
11	Tidak memiliki PR yang khusus dalam seni rupa.	0,074	2,3	0,170
12	Tidak memiliki sekretaris.	0,067	3	0,067
Total		1,000	30	2,288

Pada tabel di atas memberikan hasil analisis matrik IFE yaitu bobot skor tertinggi adalah 0,333 yang merupakan semua anggota SAE memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni, sedangkan yang terendah adalah 0,027 yaitu kurangnya promosi dalam media sosial.

Tabel Hasil Analisis Matrik EFE

N o	FAKTOR EKSTER-NAL	Bob-ot	Rat-ing	Bobot Skor
1	Tidak ada event organisasi bidang seni rupa.	0,113	3,3	0,372
2	Potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota Surabaya.	0,135	2,3	0,315
3	Banyak perusahaan besar di kota Surabaya.	0,126	3	0,378
4	Banyak hotel yang belum tersentuh seni.	0,147	2,3	0,338
5	Akan ada kemunculan persaingan baru yang sejenis.	0,120	2	0,24
6	Banyak lembaga yang berkecimpung dalam dunia seni.	0,095	3	0,285
7	Kurang adanya dukungan dari lembaga pemeritahan.	0,125	2,6	0,325
8	Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.	0,166	2,3	0,381
To-tal		1,000	20,8	2,634

Hasil analisis matrik EFE pada tabel di atas, bobot skor tertinggi terdapat pada indikator kurang

percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur sebesar (0,381), sedangkan bobot skor terendah terdapat pada akan ada kemunculan persaingan baru dengan skor (0,24).

B. TAHAP PENCOCOKAN

Hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE sebesar 2,288 dan EFE sebesar 2,634. Angka tersebut selanjutnya dapat menggambarkan posisi EO Surabaya Art Event

TABEL MATRIKS IE TATAKELOLA AN-DONG WISATA

		Skor Total IFE		
		Kuat	Rata-rata	Lemah
Skor Total EFE	4,0	3,0	2,0	1,0
	Tinggi	I	II	III
	Tengah	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX
1,0				

Posisi EO Surabaya Art Event melalui Matriks IE menunjukkan Hold and Maintain (pertahankan dan pelihara) karena berada pada posisi V. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik mengadakan konsentrasi, sedangkan EO yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik mengadakan diversifikasi. (Contoh Modif SWOT, Handono)

Tahap selanjutnya juga dilakukan pencocokan melalui **KUADRAN ANALISIS SWOT**, untuk itu diperlukan bobot skor Faktor Internal dan bobot skor Faktor Eksternal. Bobot skor Faktor Internal diperoleh dari bobot skor Kekuatan dikurangi Kelemahan, sedangkan bobot skor Faktor Eksternal diperoleh dari Peluang dikurangi Ancaman.

TABEL BOBOT SKOR KEKUATAN

N o	Kekuatan	Bobot	Rat-ing	Bobot Skor
1	Berada di Pusat Kota Surabaya.	0,066	3,6	0,237
2	Daftar harga yang tawarkan relatif terjangkau.	0,074	3	0,222
3	Memberikan pelayanan yang baik, pada seniman dan karyanya.	0,093	3,3	0,306
4	Semua Anggota SAE memilikipengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.	0,101	3,3	0,333
5	Memiliki jaringan Seniman se Jawa Timur.	0,058	3	0,174
6	Selalu mengeluarkan ide-ide baru dalam event.	0,070	2,6	0,182
TOTAL				1,454

TABEL BOBOT SKOR KELEMAHAN

N o	Kelemahan	Bobot	Rat-ing	Bobot Skor
1	Anggota/ SDM yang minim modal.	0,083	2	0,166
2	EO SAE yang sangat minim anggota	0,085	2,3	0,195
3	Belum memiliki ruang Sekretariat yang standart.	0,091	2,3	0,209
4	Kurangnya promosi dalam media sosial.	0,09	2,3	0,207
5	Tidak memiliki PR yang khusus dalam seni rupa.	0,074	2,3	0,170
6	Tidak memiliki sekretaris.	0,067	3	0,201
TOTAL				1,148

Bobot Skor Faktor Internal = Kekuatan – Kelemahan
 = 1,458 - 1,148
 = **0,31**

Tabel Bobot Skor Peluang

N o	Peluang	Bobot	Rat-ing	Bobot Skor
1	Tidak ada event organisasi bidang seni rupa.	0,372	3,3	1,227
2	Potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota Surabaya.	0,315	2,3	0,724
3	Banyak perusahaan besar di kota Surabaya.	0,378	3	1,134
4	Banyak hotel yang belum tersentuh seni.	0,338	2,3	0,777

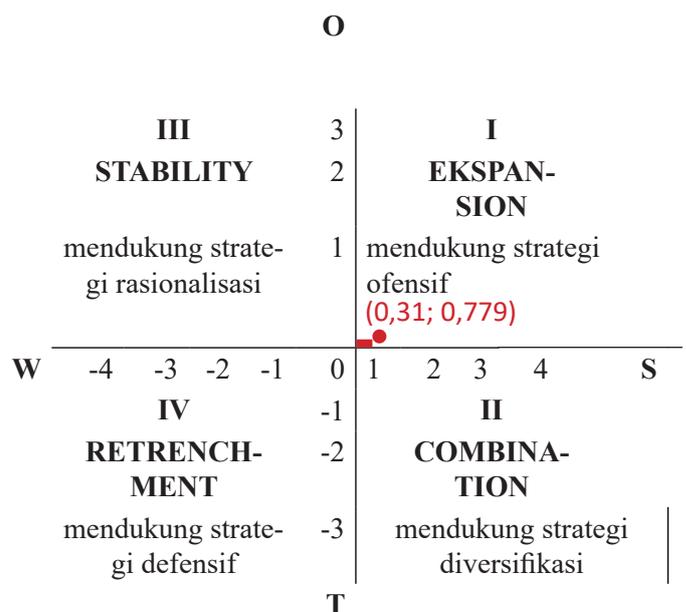
TOTAL	3,862
--------------	--------------

Tabel 19. Bobot Skor Ancaman

N o	Ancaman	Bobot	Rat-ing	Bobot Skor
1	Akan ada kemunculan persaingan baru yang sejenis.	0,24	2	0,48
2	Banyak lembaga yang berkecipung dalam dunia seni.	0,285	3	0,855
3	Kurang adanya dukungan dari lembaga pemeritahan.	0,325	2,6	0,842
4	Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.	0,381	2,3	0,876
TOTAL				3,083

Bobot Skor Faktor Internal = Peluang - Ancaman
 = 3,862 – 3,083
 = **0,779**

Melalui perhitungan tersebut, maka dapat diperoleh koordinat untuk Kuadran Analisis SWOT yaitu (0,31; 0,779). Selanjutnya koordinat tersebut dapat digambarkan melalui Kuadran Analisis SWOT EO Surabaya Art Event.



Kuadran Analisis SWOT EO Surabaya Art Event menunjukkan posisinya berada pada kuadran I sehingga mendukung strategi ofensif diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap

kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk dapat menciptakan peluang. Selanjutnya adalah perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT yang diperoleh dengan memasangkan faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matriks SWOT tersebut disajikan seperti pada Tabel di bawah (contoh analisis SWOT, Handono).

Tabel Matriks SWOT EO Surabaya Art Event

	Strong (S) Kekuatan	Weakness (W) Kelemahan
FAKTOR INTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> Berada di pusat kota Surabaya. Daftar harga yang ditawarkan relatif terjangkau. Memberikan pelayanan yang baik, pada seniman dan karyanya. Semua Anggota SAE memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni. Memiliki jaringan Seniman se Jawa Timur. Selalu mengeluarkan ide-ide baru dalam event. 	<ol style="list-style-type: none"> Anggota/ SDM yang minim modal. EO SAE yang sangat minim anggota . Belum memiliki ruang Sekretariat yang standart. Kurangnya promosi dalam media sosial. Tidak memiliki PR yang khusus dalam seni rupa. Tidak memiliki sekretaris.
FAKTOR EKSTERNAL		

Oportunity (O) Peluang	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> Tidak ada event organisasi bidang seni rupa. Potensi akan kebutuhan kesenian dalam kota Surabaya. Banyak perusahaan besar di kota Surabaya. Banyak hotel yang belum tersentuh seni. 	<ol style="list-style-type: none"> Menambah Kerjasama dengan pihak perusahaan, pemilik galeri dan lembaga pemerintah (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O3) Menambahkan program kerja EO SAE bukan hanya di bidang seni rupa tapi bidang seni lainnya di Surabaya (S1, S2, S4, S5,O2,O3,) Membuat program pameran yang lebih beragam dan menawarkan ke perusahaan-dan kolektor seni rupa dengan harga yang terjangkau (S1, S2, S4, S5, S6, O1, O2, O3, O4) 	<ol style="list-style-type: none"> Segera membentuk badan hukum agar lebih mudah merekrut SDM dan bekerja sama dengan perusahaan, galeri maupun lembaga pemerintahan (W1,W2,W3,O3,O4) Membuat suatu ruang kerja yang lebih standart kerja agar bekerja lebih nyaman(W3, W5, W6, O3) Menambah promosi yang lebih banyak dalam seluruh media, elektronik (W3,O4,)
Threat (T) Ancaman	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> Akan muncul persaingan baru yang sejenis. Banyak lembaga yang berkecipung dalam dunia seni. Kurang adanya dukungan dari lembaga pemeritahan. Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur. 	<p>Membuat rutinitas pameran untuk menambah kepercayaan kolektor dan pemerintahan baik perusahaan (S6, T5, T6, T7, T8)</p>	<p>Menambah SDM dengan agar kepercayaan kinerja lebih dipercaya oleh pihak-pihak yang bersangkutan untuk bekerjasama dalam event seni rupa (W1,W4 W5, W6, T6, T7,T8)</p>

Ulasan dari factor eksternal dan internal perlu adanya perbaikan yang telah dicantumkan didalam table berdasarkan matrik swot yang telah ditentukan.

KESIMPULAN

Event Organizer adalah sekelompok orang bekerja dalam rangka membantu menghadirkan suatu acara yang membutuhkan perpanjangan tangan. perubahan gaya hidup manusia yang lebih praktis membuat posisi EO lebih diperhatikan keberadaannya. banyak acara-acara baik dari pemerintah, perusahaan swasta, lembaga pendidikan bahkan individu yang akan membuat acara bisa menggunakan EO. Hal ini berdampak pada banyaknya pertumbuhan EO di Surabaya. dengan demikian tantangan setiap EO semakin berat, dan setiap EO harus mengetahui setiap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman ketika akan menjalankan organisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SAE melalui Matriks IE menunjukkan Hold and Maintain (pertahankan dan pelihara) karena berada pada posisi V. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik mengadakan konsentrasi, sedangkan EO yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik mengadakan diversifikasi. SAE mendukung strategi ofensif. Diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyasa, I Putu. 2015: "Pengelolaan Sanggar Seni Anacaraka dalam Mewadahi Bakat Anak-anak Di Pegunungan Kintamani Bali. *Jurnal Tata Kelola Seni Vol.1, No. 2* hlm 31-45.
- Cresswel, Jhon W. 2015. Penelitian Kualitatif dan Desain Riset (edisi bahasa Indonesia). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, Fred R. 2010. Strategic Management: concept. Pearson Prentice Hall: Pearson Education.
- Harwanto, Setyo. 2015. Peningkatan Potensi dan Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Batik, di Desa Jarum. *Jurnal Tata Kelola Seni vol. 1 No. 1* hlm 1.
- Juwita, Ida Ayu Eva Ratna. 2015. Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Jurnal Tata Kelola Seni vol. 1 No. 1* hlm 49.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran (edisi 3). Jakarta: Erlangga.
- Smiers, Joost. 2009. *Art Under Pressure:Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Insist.
- Soedarso. 2006. Trilogi Seni: *Penciptaan Eksistensi dan Kegunaan Seni*. Yogyakarta: ISI Yogyakarta