

STRATEGI PENGEMBANGAN SURABAYA ART EVENT (SAE)

Heri Wijayanto

Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta
Jln. Suryodiningratan No. 8 Mantrijeron, Kota Yogyakarta, DIY (55143) – 0274-419791
Email: hrwjnt@gmail.com
HP.081237475749

ABSTRACT

This article aims at analyzing the internal and external factors of Surabaya Art Event (SAE) as an effort in making the strategy of organizational development. The existence of many Event Organizers (EO) results in a more competitive competition. Hence it's needed the understanding of the internal and external factors. Three internal members of SAE became interviewees interviewed to determine the rank of every indicator. Its result shows that SAE developed the Hold and Maintain strategy. The general strategy used is market penetration and product development. It's needed the selection of strategy namely the use of every strength to face every threat by creating diversification in order to create opportunity.

Keywords: *strategy, development, surabaya art event*

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis 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.

Katakunci: *strategi, pengembangan, surabaya art event*

1. 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 mengem-

bangkan 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 me-

nunjang 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-gallery 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 orga-

nisasi yang berkaitan dengan pendukung atau penjematan 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 muda khususnya seni rupa juga membutuhkan apresiasi yang sama dimana kami sebagai seniman muda juga membutuhkan tempat pameran untuk bisa berinteraksi secara profesional juga berapresiasi dengan masyarakat luas dan jauh selain itu agar proses berkeseniannya semakin terasah dengan gesekan-gesekan atau komentar, dan kritik yang baik dalam kekaryaan. 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 sangat penting dibutuhkan sebagai penyalur atau penjematan 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 formu-

lasi strategi pengembangan Surabaya Art Event?

2. STUDI LETERATUR

Studi literatur penelitian ini berkaitan dengan berbagai konsep pemikiran yang digunakan untuk mengkonstruksi pemikiran dalam memberikan eksplanasi terhadap data yang diperoleh di lapangan. Pemikiran konstruktif tersebut bersumber dari jurnal, buku, dan referensi lainnya yang ada relevansinya dengan topik pembicaraan. Referensi yang bersentuhan dengan penelitian seperti Jhon W. Cresswel (2015) dengan judul *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset* (edisi bahasa Indonesia). Secara metodologi, Cresswel memberikan tawaran tentang prinsip penelitian kualitatif dan desain riset yang mengarah pada penggunaan metode *Strengths, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats* (SWOT).

Sementara itu, referensi yang berkaitan dengan tata kelola, seperti I Putu. Ardiyasa (2015); "Pengelolaan Sanggar Seni Anacaraka dalam Mewadahi Bakat Anak-anak Di Pegunungan Kintamani Bali. *Jurnal Tata Kelola Seni*. Setyo Harwanto (2015). Peningkatan Potensi dan Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Batik, yang bersumber dari *Jurnal Tata Kelola Seni*. Fred R David (2010) membicarakan srategic management dan concept. Di amping itu, yang bertalian dengan manajemen pemasaran seperti Ida Ayu Eva Ratna Juwita (2015). Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2009) menulis tentang manajemen pemasaran.

Joost Smiers (2009). *Art Under Pressure: Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi*. Semua referensi tersebut menjadi bagian dari penelitian ini dan pemikiran yang ditawarkan dapat saling melengkapi.

3. METODE

Metode kualitatif menjadi dasar dilakukannya penelitian ini; peneliti menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dan wawancara; analisis data menggunakan model SWOT adalah akronim untuk *Strengths, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats* dari organisasi yang semuanya merupakan faktor-faktor strategis. Secara garis besar, sumber data dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu data primen dan data sekunder.

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

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 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

- 1) Memunculkan seniman dan kurator muda
- 2) Menumbuhkan atmosfer berkesenian di Surabaya
- 3) Merespon keinginan berekspresi seniman seni rupa dalam interaksi ke-

4.3 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

4.4 Menelaah Misi EO Surabaya Art Event

hidupan masyarakat masyarakat umum.

- 4) Menjembatani karya-karya seni-man melalui berpameran seni rupa. Pameran ini sekaligus diharapkan menjadi ajang proses kreatif, mengembangkan aktifitas berkesenian di Jawa Timur maupun luar Jawa Timur.
- 5) 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.
- 6) Upaya memacu tumbuhnya infrastruktur dan suprastruktur seni rupa.

4.2 Bidang Usaha SAE

Bidang Usaha	Art Exhibition	Art Performance	Provide Painting	Art Education
Jenis Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Seni lukis • Seni patung • Art craft 	<ul style="list-style-type: none"> • Traditional dance • Modern dance • Kontemporer dance 	<ul style="list-style-type: none"> • Fine art • Interior painting • Craft 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminar (Seni dan budaya) • Les privat (Lukis, Wawasan seni)

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 globalisasi yang semakin berkembang.

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 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: Menumbuhkan atmosfer berkesenian di Surabaya dalam kegiatan yang sering dilakukan oleh organisasi Surabaya Art Event ini memberikan kontribusi kepada area berkesenian 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 dimasukkan dalam misi Surabaya Art Event.

Poin ketiga yaitu 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.

Ke Empat: Pada poin ini sangat jelas sekali tentang menjembatani 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.

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 diukur 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.

4.5 Tujuan Terbentuknya Surabaya Art Event

4.5.1 Tujuan

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

4.5.2 Sasaran

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

Dalam tujuan yang 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.

(Peluang & Ancaman)

4.6 Analisis SWOT

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

Faktor Internal	Heri Wijayanto	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

Tabel 1.

Penilaian bobot faktor Internal (kekuatan & Kelemahan)

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 memiliki pengalaman dengan latar belakang Akademisi Seni.

Faktor Eksternal	Heri Wijayanto	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

Tabel 2.

Penilaian bobot terhadap faktor Eksternal

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 pemeritahan
- H = Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur

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

No	Kekuatan	Heri Wijayanto	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

Tabel 3.

Pemberian Peringkat terhadap Kekuatan EO SAE

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).

No	Kelemahan	Heri Wijayanto	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

Tabel 4.

Pemberian Peringkat terhadap Kelemahan EO SAE

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.

No	Peluang	Heri Wijayanto	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

Tabel 5.

Pemberian Peringkat terhadap Peluang EO SAE

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.

No	Ancaman	Heri Wijayanto	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

Tabel 6.

Pemberian Peringkat terhadap Ancaman EO SAE

Pemberian peringkat terhadap 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.

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	Selalum 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	0,207
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

Tabel 7.

Hasil Analisis Matrik IFE

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.

No	FAKTOR EKSTERNAL	Bobot	Rating	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 pemerintahan.	0,125	2,6	0,325
8	Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.	0,166	2,3	0,381
Total		1,000	20,8	2,634

Tabel 8.

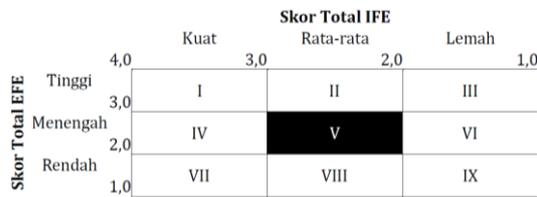
Hasil Analisis Matrik EFE

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).

TAHAP PENCOCOKAN

Hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE sebesar 2,288 dan EFE sebesar 2,634. Angka tersebut selanjut-

nya dapat menggambarkan posisi EO Surabaya Art Event



Tabel 9.

Matriks Ie Tata Kelola Andong Wisata

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.

No	Kekuatan	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	Selalumeluarkan ide-ide barudalam event.	0,070	2,6	0,182
TOTAL				1,454

Tabel 10.

Bobot Skor Kekuatan

No	Kelemahan	Bobot	Rating	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

Tabel 11.

Bobot Skor Kelemahan

$$\begin{aligned} \text{Bobot Skor Faktor Internal} &= \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} \\ &= 1,458 - 1,148 \\ &= \mathbf{0,31} \end{aligned}$$

No	Peluang	Bobot	Rating	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 12.

Bobot Skor Peluang

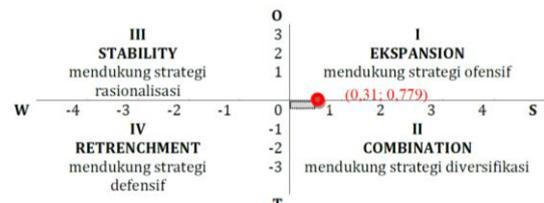
No	Ancaman	Bobot	Rating	Bobot Skor
1	Akan ada kemunculan persaingan baru yang sejenis.	0,24	2	0,48
2	Banyak lembaga yang berkecimpung dalam dunia seni.	0,285	3	0,855
3	Kurang adanya dukungan dari lembaga pemeritahan.	0,325	2,6	0,842
4	Kurang percayanya kolektor terhadap karya seniman Jawa Timur.	0,381	2,3	0,876
TOTAL				3,083

Tabel 13.

Bobot Skor Ancaman

$$\begin{aligned} \text{Bobot Skor Faktor Internal} &= \text{Peluang} - \text{Ancaman} \\ &= 3,862 - 3,083 \\ &= \mathbf{0,779} \end{aligned}$$

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



Gambar 1.

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 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).

<p style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">Strong (S) Kekuatan</p> <ol 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. 	<p style="text-align: center;">Weakness (W) Kelemahan</p> <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.
	<p style="text-align: center;">Opportunity (O) Peluang</p> <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. 	<p style="text-align: center;">SO</p> <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)
<p style="text-align: center;">Threat (T) Ancaman</p> <ol 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. 	<p style="text-align: center;">ST</p> <p>Membuat rutinitas pameran untuk menambah kepercayaan kolektor dan pemerintahan baik perusahaan (S6, T5, T6, T7, T8)</p>	<p style="text-align: center;">WT</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>

Tabel 14.
Matriks SWOT EO Surabaya Art Event

Ulasan dari faktor eksternal dan internal perlu adanya perbaikan yang telah dicantumkan di dalam tabel berdasarkan matrik SWOT yang telah ditentukan.

5. 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. 1No. 1* hlm 49.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi 3). Jakarta: Erlangga.
- Smiers, Joost. (2009). *Art Under Pressure: Memperjuangkan Keane-ragaman Budaya di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Insist.
- Soedarso.(2006). *Trilogi Seni: Penciptaan Eksistensi dan Kegunaan Seni*. Yogyakarta: ISI Yogyakarta.