

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi yang semakin canggih, persaingan di bidang usaha semakin banyak caranya untuk mendapatkan keuntungan dan konsumen sehingga banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka menjadi yang terdepan. Perusahaan yang memiliki sebuah merek, perlu membuat strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran merupakan salah satu cara yang efektif untuk mengenalkan produk atau merek perusahaan ke masyarakat.

Pemasaran dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya sehingga dapat berkesinambungan dan mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu strategi pemasaran memiliki peran yang sangat vital bagi keberhasilan suatu perusahaan. Strategi pemasaran yang akan diimplementasikan harus ditinjau serta dikembangkan sesuai dengan perkembangan sebuah pasar dan lingkungan sekitar yang dimaksud (Nabilla & Tuasela, 2021).

Untuk menunjang dalam segi pemasaran terdapat beberapa kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan salah satunya dengan mengadakan *event*. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendekatkan perusahaan dengan masyarakat adalah dengan diadakannya sebuah *event*.

Pengertian *event* sendiri adalah suatu kegiatan yang diadakan dengan tujuan untuk memperingati hal-hal penting dalam kehidupan manusia yang terikat atau menghubungkan secara adat, budaya, tradisi, dan agama. Lingkungan masyarakat dapat terlibat dengan terselenggaranya sebuah *event*. *Event* pasti berkaitan dengan pemasaran atau *marketing*. *Marketing* adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam arti yang lebih luas, *marketing* berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran. (Musyawarah & Idayanti, 2022)

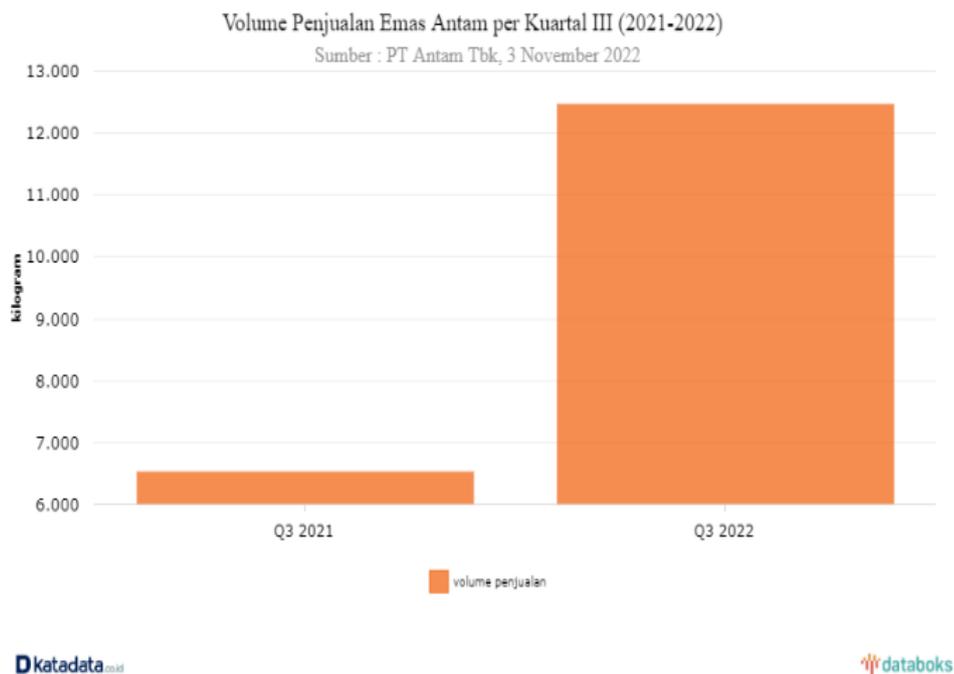
Event marketing bisa berupa *workshop*, seminar, pameran, dan lainnya. Dengan begitu, PT Pegadaian Area Malang berinisiatif merancang atau membuat langkah untuk melakukan kegiatan *event marketing* yang ditangani oleh mahasiswa magang Universitas Ma Chung Malang. *Event marketing* tersebut dibentuk dengan judul semiar *Roadshow Gold for Future Investment* dengan sasaran audience atau peserta *event* mahasiswa di perguruan tinggi yang ada di Kota Malang.

Event marketing didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan dan waktu tertentu. Perusahaan menggunakan *event* sebagai salah satu promosi yang dilakukan untuk menarik hati konsumen dalam pengambilan keputusan, memperkenalkan produk, memperkuat brand image dan lain-lain (Maharani & Mustikasari, 2020).

Di dalam *event* seminar *Roadshow Gold for Future Investment* tersebut fokus terhadap pengertian dan contoh investasi yang aman dan terjangkau untuk kalangan Mahasiswa. *Event* ini mengajarkan pada mahasiswa pentingnya investasi untuk masa depan. Salah satu investasi yang diminati mulai dari kalangan yang berumur muda hingga lansia adalah emas. PT Pegadaian Area Malang pada saat ini sudah memiliki banyak produk yang menarik terutama produk emas yang diminati oleh banyak kalangan yang dapat dibeli pada *outlet* Pegadaian maupun melewati aplikasi Pegadaian Digital yang dibuat oleh perusahaan.

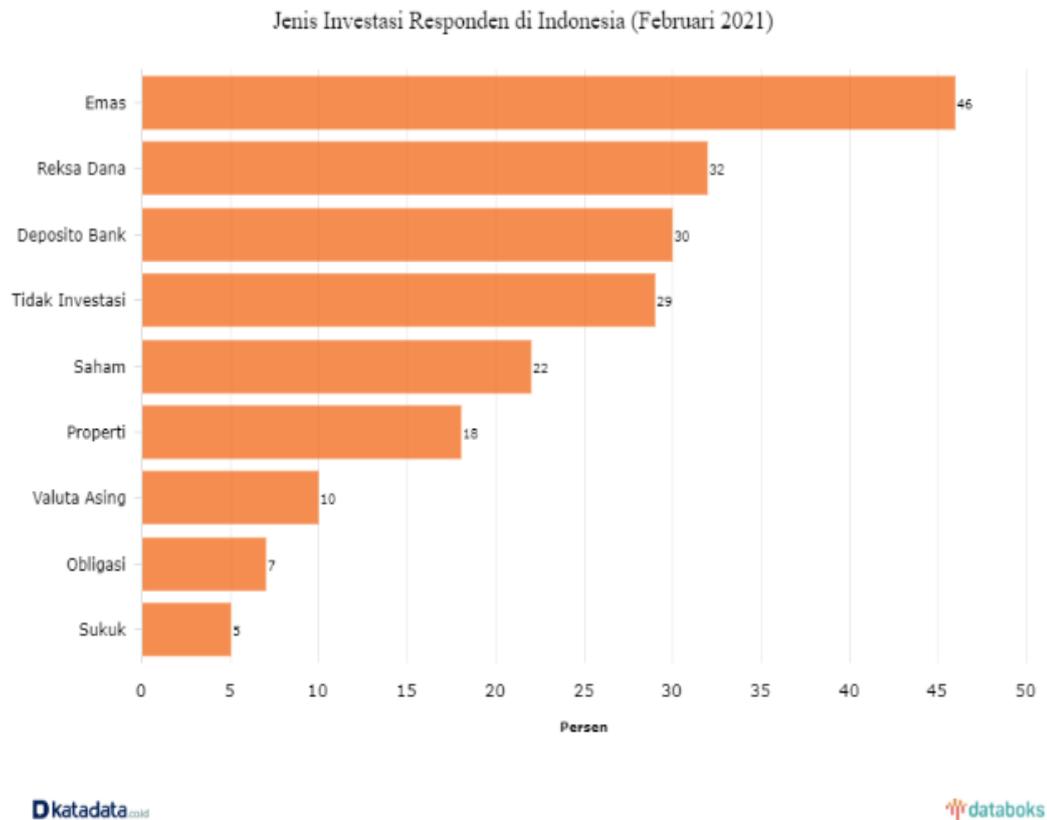
Menurut hasil survei yang di lakukan oleh *instiki.ac.id* berdasarkan laporan yang berjudul “*Insights and Future Trends of Investment in Indonesia*” menunjukkan angka 72% responden telah memiliki kesadaran yang lebih baik terutama di generasi *millenials* dalam berinvestasi. Beberapa instrumen investasi yang saat ini diminati pada saat ini adalah Reksa Dana sebesar 47%, Emas dengan persentase 46%, Investasi Saham diminati oleh 32% responden, Logam Mulia sebanyak 30% masyarakat memilih logam mulia sebagai instrumen investasi mereka, Deposito menarik minat 29% masyarakat. Salah satu dari beberapa instrumen investasi yang saat ini banyak diminati dan menjadi fokus dan materi dari kegiatan *event Roadshow Gold For Future Investment* adalah emas. Karena produk emas PT Pegadaian Area Malang merupakan produk yang cocok digunakan untuk mahasiswa berinvestasi dikarenakan investasi emas adalah investasi yang tahan terhadap inflasi, memiliki likuiditas tinggi, serta harganya cenderung stabil dibanding instrumen investasi yang lain.

Emas merupakan logam mulia yang sering digunakan masyarakat sebagai media perdagangan untuk diperjual belikan, emas juga sebagai standar alat tukar keuangan di berbagai negara karena nilainya yang sama. Emas merupakan barang yang diminati masyarakat, karena emas baik untuk perlindungan aset, untuk keperluan regulasi, maupun untuk investasi. Emas sering diibaratkan sebagai asuransi pada saat mendesak, ketika situasi perekonomian menurun, emas bisa dijual sewaktu-waktu karena emas mudah untuk dicairkan (Ahsanah, 2022).



Gambar 1. Volume Penjualan Emas di Indonesia Tahun 2021-2022
Sumber: *Katadata.co.id* (2023)

Berdasarkan hasil survei dari Katadata.co.id, sepanjang kuartal tiga 2022 emas Antam terjual sebanyak 12.462 kilogram, meningkat 91% dibanding kuartal tiga di tahun lalu. Secara kumulatif juga, periode Januari sampai dengan September 2022 emas Antam terjual sebanyak 12.462 kilogram, angka ini juga naik 31% dibanding kuartal tiga tahun lalu.



Gambar 2. Jenis Ketertarikan Investasi Yang Ada di Indonesia

Sumber: *Katadata.co.id* (2023)

Dari data di atas menunjukkan bahwa investasi emas menjadi pilihan teratas dalam hal berinvestasi. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Katadata.co.id menunjukkan sebanyak 46% responden di Indonesia lebih memilih untuk berinvestasi emas, persentase itu menjadi yang tertinggi dibandingkan jenis investasi lainnya, seperti reksa dana (32%) dan deposito bank (30%). Emas menjadi instrumen idola saat ini, alasannya emas merupakan instrumen investasi paling stabil. PT Pegadaian merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang gadai. Selain di bidang gadai, kini perusahaan tersebut juga berjalan di bidang pemberian jasa, salah satunya tabungan emas.

Menurut Respati (2022), PT Pegadaian (Persero) mencatat jumlah nasabah penjualan emas Pegadaian per Oktober 2022 ada sebanyak 199.000. Sekretaris Perusahaan PT Pegadaian Yudi Sadono mengatakan, jumlah tersebut tumbuh hingga 70 persen secara tahunan dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebanyak 117.000 nasabah. Sekretaris perusahaan menerangkan, masyarakat yang sudah mengakses Tabungan Emas Pegadaian juga terus tumbuh mencapai lebih dari 5,5 juta orang yang artinya masyarakat banyak yang sudah paham akan investasi emas terhadap emas, karena emas dapat menjadi perisai ketika terjadi serangan krisis.

PT Pegadaian Area Malang kini telah mencoba untuk meliterasi, mengenalkan, dan mempromosikan produk emas terhadap mahasiswa dengan rutin, dengan cara mengadakan seminar ke beberapa kampus yang ada di Kota Malang. PT Pegadaian Area Malang bersama dengan mahasiswa magang Universitas Ma Chung Malang merancang strategi komunikasi pemasaran dengan mengadakan *event marketing* dengan tema acara “*Roadshow Gold for Future Investment*”.

Acara seminar pertama diadakan di Universitas Ma Chung dengan target *audience* 80 mahasiswa dan ditangani langsung oleh mahasiswa Universitas Ma Chung Malang sehingga sangat tepat untuk mengadakan seminar *Roadshow Gold for Future Investment* untuk menjangkau mahasiswa lebih banyak lagi. *Event* seminar *Roadshow Gold for Future Investment* pada tanggal 7 Oktober 2022 yang diadakan pertama kali oleh PT Pegadaian Area Malang yang di-inisiasi oleh mahasiswa magang Universitas Ma Chung.

Roadshow Gold for Future dipromosikan menggunakan *platform* digital yaitu *Instagram*. Menurut Rizaty (2022) Indonesia memiliki sekitar 99,9 juta pengguna aktif pada aplikasi *Instagram* yang merupakan urutan ke-empat terbesar di dunia. Sehingga mahasiswa magang sebagai panitia *Event Roadshow Gold for Future* berinisiasi untuk merancang konten tentang produk PT Pegadaian Area Malang yang dikemas secara menarik dan terjadwal sehingga dapat secara konsisten untuk menyampaikan pengetahuan tentang produk emas PT Pegadaian Area Malang dan mendapatkan perhatian dari *audience* mahasiswa.

Event marketing di PT Pegadaian Area Malang diadakan dengan sistem berkelanjutan dengan tujuan untuk meng-edukasi cara pengelolaan keuangan dengan baik dan investasi emas yang aman untuk mahasiswa di beberapa perguruan tinggi yang ada di Kota Malang. Universitas Ma Chung Malang merupakan tempat pertama diadakannya *event Roadshow Gold for Future Investment* dikarenakan panitia merupakan mahasiswa magang dari Universitas Ma Chung Malang sudah mendapatkan *channel* diadakannya sebuah event.

Tujuan dan edukasi yang diberikan di dalam *event* seminar *Roadshow Gold for Future Investment* adalah mengatur keuangan dengan baik dan benar, menjelaskan keuntungan yang didapat dalam berinvestasi emas, dengan memperkenalkan produk emas PT Pegadaian Area Malang. Selain itu tujuan diadakannya *event marketing* ini untuk membangun relasi dan mendekatkan antara PT Pegadaian Area Malang dengan mahasiswa sehingga dapat mengubah melekatnya citra Pegadaian hanya memiliki produk gadai saja tetapi memiliki banyak produk lainnya.

1.2 Permasalahan

Melalui kegiatan magang yang sudah dilakukan oleh tim, terdapat permasalahan yang teridentifikasi.

Tabel 1. Permasalahan yang tampak

Permasalahan Yang Tampak	Akar Permasalahan	Solusi
Produk emas PT Pegadaian Area Malang kurang dikenal di kalangan Mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada <i>event marketing</i> yang diadakan PT Pegadaian Area Malang di Perguruan Tinggi - Konten publikasi <i>event</i> yang ada di media sosial PT Pegadaian Area Malang kurang diminati oleh kalangan mahasiswa 	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>event Seminar</i> untuk kalangan mahasiswa Perguruan Tinggi - Membuat buku saku pedoman pembuatan konten publikasi <i>event Seminar Roadshow Gold for Future Investment</i>

Sumber: Data diolah (2023)

1.3 Tujuan Proyek

Tujuan diadakannya *event marketing* di PT Pegadaian Area Malang untuk mengedukasi mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Malang dalam mengatur keuangan dengan baik dan benar, menjelaskan keuntungan yang didapat dalam berinvestasi emas, dengan memperkenalkan produk emas PT Pegadaian Area Malang. Selain itu tujuan diadakannya *event marketing* ini untuk membangun relasi dan mendekatkan antara PT Pegadaian Area Malang dengan mahasiswa sehingga dapat mengubah melekatnya citra Pegadaian hanya memiliki produk gadai saja tetapi memiliki banyak produk lainnya. Berikut ini merupakan *Key Performance Indicator* dari pelaksanaan proyek ini.

Tabel 2. Key Performance Indicator Event Seminar Roadshow Gold for Future Investment

Proyek	Key Performance Indicator	Parameter
Merancang <i>event</i> seminar yang dapat mengedukasi Mahasiswa di Perguruan Tinggi.	1. Tersusunnya konsep dan tema <i>event</i> seminar	1. Ditentukannya tema I: Pengelolaan keuangan untuk mahasiswa 2. Ditentukannya tema II: Keuntungan menabung emas 3. Tersedianya konsep seminar
	2. Tersusunnya nama <i>event</i>	Diperolehnya " <i>Roadshow Gold for Future Investment</i> " sebagai nama <i>event</i>
	3. Terbentuknya kepanitiaan dan <i>job description</i> pada <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	1. Tersusunnya struktur organisasi kepanitiaan 2. Tersusunnya <i>job description</i> kepanitiaan 3. terselesaikannya <i>rundown</i> acara 4. Tersusunnya mekanisme evaluasi <i>event</i>
	4. Tersedianya materi dan anggaran <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	1. Teridentifikasinya materi yang diperlukan 2. Tersusunnya anggaran pelaksanaan
Membuat buku saku pedoman pembuatan konten publikasi <i>event</i> Seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i> .	1. Disusunnya buku saku panduan pembuatan konten 2. Tersusunnya materi konten 3. Tersusunnya kalender konten	Tersedianya 1 set buku saku pedoman pembuatan konten publikasi <i>event</i> Seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>

Sumber: Data diolah (2023)

1.4 Langkah-Langkah Perencanaan Proyek

Berikut merupakan langkah-langkah dalam melaksanakan proyek:



Gambar 3. Langkah-langkah Tahapan Proyek

Sumber: Data diolah (2023)

Fokus proyek ini yaitu merancang sebuah *event* mulai dari menyusun konsep sampai dengan mencetak buku saku pedoman pembuatan konten *event* yang berlangsung selama 4 (empat) bulan. Berikut merupakan alur tahapan proyek.

Tahapan awal yang dilakukan tim dalam proyek ini adalah merencanakan konsep perancangan *event* seminar. Selanjutnya, tim melakukan 2 hal yang diperlukan dalam menyusun buku saku pedoman pembuatan konten publikasi *event*, yaitu yang pertama, membuat konsep panduan konten, dan yang terakhir membuat kalender konten. Berdasarkan hasil observasi, tim melakukan perencanaan proyek sebagai berikut:

Tabel 3. Perencanaan Proyek

No	Kegiatan	Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Merancang konsep proyek																
2	Melakukan observasi dan pengumpulan data tentang <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i> sebelumnya																
3	Melakukan <i>meeting</i> bersama pembimbing lapangan dari PT Pegadaian Area Malang																
4	Merancang panduan penyelenggaraan <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>																
5	Melakukan observasi dan pengumpulan data tentang konten digital <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>																
6	Menyusun buku saku pedoman pembuatan konten digital <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>																
7	Menyusun kalender konten digital <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>																
8	Mencetak buku saku dan menyusun laporan proyek (sebagai tugas akhir tim)																

Sumber: Data diolah (2023)

Setelah mengidentifikasi permasalahan, tim merancang target pelaksanaan proyek supaya dapat menjadi acuan *deadline* dalam mempersiapkan proyek.

Tabel 4. Target Pelaksanaan Proyek

No	Nama Kegiatan	Target Pelaksanaan
1	Merancang konsep proyek	Tanggal 23 – 25 Maret 2023
2	Merancang panduan penyelenggaraan <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Tanggal 03 – 20 April 2023
3	Melakukan observasi dan pengumpulan data terhadap konten digital <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Tanggal 26 April – 13 Mei 2023
4	Merancang buku saku pedoman pembuatan konten digital <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Tanggal 19 Mei – 05 Juni 2023
5	Menyusun kalender konten digital <i>event</i> seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Tanggal 24 - 30 Mei 2023

Sumber: Data diolah (2023)

1.5 Perincian *Key Performance Indicator*

1.5.1 KPI Pertama: Tersusunnya konsep dan tema *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment*

Tabel 5. *Key Performance Indicator* Tersusunnya konsep dan tema *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment*

<i>Key Performance Indicator</i>	Parameter	Waktu
Tersusunnya konsep dan tema <i>event</i> Seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Ditentukannya tema I: Pengelolaan keuangan untuk mahasiswa	1 hari
	Ditentukannya tema II: Keuntungan menabung emas	1 hari
	Tersediannya konsep seminar	1 hari

Sumber: Data diolah (2023)

Menyusun konsep dan tema *event* yang nantinya memiliki kesan dan mengedukasi bagi audiens di dalam *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment*. Konsep Seminar *Roadshow Gold for Future Investment* yaitu, melakukan *event* seminar edukasi mengenai pengelolaan keuangan dan keuntungan menabung yang dihadiri oleh para mahasiswa perguruan tinggi yang akan dituju.

1.5.2 KPI Kedua: Terpilihnya Nama *Event*

Tabel 6. Key Performance Indicator Terpilihnya Nama *Event*

<i>Key Performance Indicator</i>	Parameter	Waktu
Terpilihnya nama <i>event</i>	Diperolehnya “ <i>Roadshow Gold for Future Investment</i> ” sebagai nama <i>event</i>	1 hari

Sumber: Data diolah (2023)

Nama *event* menjadi perhatian utama untuk menarik peserta. Nama *event* yang menarik mudah untuk melakukan sosialisasi dan menyebarkan informasi, serta pemilihan nama akan secara langsung dapat menjadikan strategi untuk menentukan target peserta. Terbentuknya nama *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment* adalah PT Pegadaian Area Malang ingin membagikan tips dan trik yang dapat digunakan untuk menabung dan mengatur keuangan.

1.5.3 KPI Ketiga: Terbentuknya kepanitiaan dan *job description* pada *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment*

Tabel 7. Key Performance Indicator Terbentuknya kepanitiaan dan *job description* pada *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment*

<i>Key Performance Indicator</i>	Parameter	Waktu
Terbentuknya kepanitiaan dan <i>job description</i> pada <i>event</i> Seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Tersusunnya struktur organisasi kepanitiaan	2 hari
	Tersusunnya <i>job description</i> kepanitiaan	1 hari
	Terselesaikannya <i>rundown</i> acara	2 hari
	Tersusunnya mekanisme evaluasi <i>event</i>	2 hari

Sumber: Data diolah (2023)

Pembentukan panitia bertujuan untuk mengatur jalannya acara mulai dari persiapan hingga acara selesai. Kepanitiaan dalam *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment* meliputi ketua panitia sebagai pemimpin semua panitia dan mengawasi berjalannya acara, sekretaris bertanggung jawab untuk mengurus hal-hal yang berhubungan dengan kesekretariatan dan administrasi, bendahara

memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana dengan baik dalam sebuah kepanitiaan dengan Menyusun rencana anggaran biaya. Divisi dalam kepanitiaan dibentuk sesuai kebutuhan acara.

Dalam event Seminar *Roadshow Gold for Future Investment* meliputi divisi acara memiliki tanggung jawab untuk membuat susunan acara secara rinci dan spesifik, divisi dokumentasi dan publikasi bertugas membuat konsep desain grafis, videografis dan fotografinis dengan apik dan menarik serta dokumentasi bertugas untuk memproduksi dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto maupun video, divisi perlengkapan bertanggung jawab untuk menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan setiap divisi.

Salah satu persiapan yang harus dilakukan suatu acara agar lebih terstruktur dan bisa berjalan dengan lancar adalah dengan membuat *rundown* acara. *Rundown* adalah susunan acara yang dibuat secara terstruktur yang dibatasi oleh durasi waktu. *Rundown* acara dibuat untuk koordinasi, agar semua panitia yang terlibat dapat mengetahui jalannya acara. Hal pertama yang harus dilakukan untuk membuat *rundown* adalah dengan menyusun rangkaian acara yang akan dilakukan dari awal hingga akhir acara, setelah menentukan rangkaian acara.

Langkah selanjutnya adalah menentukan durasi dari masing-masing rangkaian kegiatan dengan mempertimbangkan dan memastikan waktu yang digunakan tidak melebihi alokasi waktu yang telah ditentukan di awal, menunjuk penanggung jawab dalam masing-masing kegiatan acara bertujuan untuk memudahkan koordinasi dan seluruh panitia dapat mengetahui harus menghubungi siapa jika terjadi kendala atau membutuhkan sesuatu.

Setelah acara selesai, semua panitia wajib melakukan evaluasi. Evaluasi merupakan kegiatan untuk mengukur atau menilai keberhasilan suatu acara. Evaluasi bertujuan untuk memberikan masukan untuk kelanjutan, perluasan atau penghentian program, evaluasi berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh kebutuhan, nilai serta kesempatan yang telah dicapai suatu kegiatan acara, tahapan melakukan evaluasi meliputi penilaian pada tahap awal sebelum kegiatan dilaksanakan.

Evaluasi pada tahap ini untuk menentukan skala prioritas dan kemungkinan cara untuk mencapai tujuan, penilaian pada tahap akhir kegiatan acara, evaluasi pada tahap ini bertujuan untuk memeriksa kembali kegiatan acara untuk menilai efisiensi, efektivitas terhadap terlaksananya kegiatan tersebut. Mekanisme tahapan evaluasi dimulai dari menentukan topik evaluasi yang akan dibahas, menentukan cara atau metode evaluasi yang akan digunakan, menentukan keberhasilan kegiatan yang akan dievaluasi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, dan menyusun rekomendasi terhadap kegiatan acara berikutnya berdasarkan hasil evaluasi acara tersebut.

1.5.4 KPI Keempat: Tersedianya materi dan anggaran *event* Seminar *Roadshow*

Gold for Future Investment

Tabel 8. Key Performance Indicator Tersedianya materi dan anggaran *event* Seminar *Roadshow Gold for Future Investment*

<i>Key Performance Indicator</i>	Parameter	Waktu
Tersedianya materi dan anggaran <i>event</i> Seminar <i>Roadshow Gold for Future Investment</i>	Teridentifikasinya materi yang diperlukan	3 hari
	Tersusunnya anggaran pelaksanaan	7 hari

Sumber: Data diolah (2023)

Materi yang akan disajikan untuk *event Seminar Roadshow Gold for Future Investment* adalah mengenai tips dan trik untuk menabung serta mengatur keuangan untuk mahasiswa. Materi yang dibawakan membantu mahasiswa untuk mengelola kondisi keuangan secara efektif dan efisien, dengan menyisihkan uang untuk belajar memulai investasi dan menabung sejak dini mahasiswa dapat merasakan keuntungan dan manfaat menabung untuk masa depan.

Setiap kegiatan tentunya memerlukan dana, pembuatan rancangan anggaran biaya dilakukan agar panitia memiliki gambaran berapa biaya yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan sampai selesai. Biaya yang diperlukan dalam penyelenggaraan sebuah *event* meliputi biaya operasional, biaya ini dikeluarkan untuk keperluan berbagai kegiatan yang memiliki sifat operasional mulai dari perencanaan hingga pembubaran panitia, biaya perlengkapan dikeluarkan untuk keperluan kelengkapan seminar seperti cetak *banner*, cetak sertifikat peserta, dan keperluan sewa suatu barang atau tempat. Adapaun cara untuk membuat rancangan anggaran biaya meliputi sebagai berikut, membuat daftar kebutuhan dan menentukan skala prioritas dari kebutuhan, membuat estimasi dan observasi harga dengan realistis sesuai dengan kondisi, tujuannya agar rancangan anggaran biaya lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan, melakukan rekapitulasi dan evaluasi rekapitulasi dilakukan untuk mendata seluruh kebutuhan yang sudah terpenuhi sedangkan evaluasi dilakukan untuk menyesuaikan antara estimasi dengan batasan anggaran yang ada.

1.5.5 KPI Kelima: Penyusunan Buku Pedoman Pembuatan Konten Serta Kalender

Konten

Tabel 9. Key Performance Indicator Penyusunan Buku Pedoman Pembuatan Konten Serta Kalender Konten

<i>Key Performance Indicator</i>	Parameter	Waktu
Disusunnya buku saku pedoman pembuatan konten	Tersedianya 1 set buku saku pedoman pembuatan konten publikasi <i>event Seminar Roadshow Gold for Future Investment</i>	3 minggu
Tersusunnya materi konten		
Tersusunnya kalender konten		

Sumber: Data diolah (2023)

Buku panduan merupakan buku yang digunakan sebagai acuan untuk mendapatkan informasi dan petunjuk dalam melakukan suatu kegiatan. Bertujuan untuk memandu dan memberikan tuntunan kepada pembaca dalam melakukan langkah-langkah yang akan dilakukan di buku tersebut. Buku ini berisi mengenai materi panduan konten seperti tipologi, ilustrasi/fotografi, *layout*, logo yang dapat digunakan oleh PT Pegadaian Area Malang sebagai pedoman untuk membuat konten untuk *event Seminar Roadshow Gold for Future Investment*. Untuk membuat konten yang baik, alangka baiknya kita juga membuat kalender konten untuk menyusun jadwal konten dengan rapi dan teratur. Jangka waktu kalender konten yang akan dibuat adalah selama satu bulan. Kalender ini akan berisi tentang waktu, tema, dan hari pengunggahan konten. Kalender yang dibuat akan berdasarkan tema dan keputusan dari panitia yang bersangkutan pada setiap tahun-nya.