

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini, perkembangan perusahaan baik itu penyedia produk ataupun jasa sudah sangat besar, beberapa perusahaan dianggap maju dan memiliki keunggulan masing masing untuk memperkenalkan perusahaan dan produk yang mereka jual. Tumbuh dan berkembangnya perusahaan dipengaruhi oleh kualitas tenaga kerja untuk menunjang kegiatan yang menyangkut dengan hal menghasilkan keuntungan. Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Potensi bisnis penyelenggara acara yakni *event organizer* (EO) terus tumbuh, mengingat potensi keuntungan yang diperoleh dari usaha ini sangat menjanjikan. Pertumbuhan bisnis *event organizer* di Indonesia mencapai 15% hingga 20% dengan nilai industri melebihi Rp.500 triliun. Tahun 2019 telah terdata sejumlah 40.000 tenaga kerja formal terserap oleh 4000 pebisnis *event organizer*. Perkembangan *event organizer* yang pesat ini dikarenakan adanya ketergantungan masyarakat pada jasa *event organizer*. Hal ini dikarenakan

adanya perubahan perilaku dan aktifitas masyarakat. Tingkat kesibukan masyarakat yang tinggi dengan aktivitas masing-masing, tidak memungkinkan untuk mengurus suatu acara dengan baik dan memerlukan jasa *event organizer* untuk mengatur dan mengorganisir acara mereka. Dengan meningkatnya perkembangan bisnis di Indonesia, maka semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk mendirikan usahanya, secara ekonomi, hal ini dapat membawa banyak efek untuk industri di Indonesia terlebihnya di industri kreatif jasa. (Dyah & Yunani, 2022)

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Peran yang dilakukan oleh EO meliputi persiapan, sosialisasi dan mengiklankan acara sampai dengan pelaksanaan acara hingga selesai. Peran lainnya yaitu mulai dari pemesanan gedung, penyediaan ruangan, persiapan interior, penyediaan *sound system*, penyediaan penari latar dan sebagainya. Kemudahan yang ditawarkan oleh EO ini, kini berubah menjadi semacam kebutuhan. Jika sebuah lembaga, perusahaan atau perorangan menginginkan terselenggaranya

sebuah acara, maka EO menjadi solusi yang paling mudah. (Dyah & Yunani, 2022)

Sejak berkembangnya *event organizer* di Indonesia, maka banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan, swasta maupun perorangan yang menggunakan jasa *event organizer*. Dengan banyaknya permintaan akan jasa *event organizer* ini, maka semakin banyak pula bermunculan *event organizer* yang baru, hal ini mengakibatkan tingginya tingkat persaingan di dalam industri *event organizer*. Untuk dapat bersaing di dalam industri *event organizer*, maka jasa yang ditawarkan oleh *event organizer* harus dapat dikenal dan memiliki citra yang baik di mata pelanggannya. Selain itu, perusahaan perusahaan *event organizer* harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat, agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut. (Tiyani, 2021)

Perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik, agar klien yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan klien, sekaligus diperlukan strategi pemasaran yang baik. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan menetapkan harga yang bersaing. Menetapkan harga yang bersaing dengan jasa yang sejenis. Harga jasa merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan. Dengan harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan

dan dengan kualitas yang memadai, maka pelanggan akan tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut. (Tiyon, 2021)

Salah satu *event organizer* yang ada di Kota Bogor tidak hanya *event organizer* melainkan penyedia jasa design, Printing dan Produksi keperluan acara. Oleh karena itu, untuk keperluan pameran dan showcase menjadi salah satu Perusahaan *event organizer* yang ada di Bogor dari hasil observasi dilihat dari data daftar harga dan beberapa klien yang sudah bekerjasama dengan adalah perusahaan-perusahaan besar dan *event* yang telah dilaksanakan merupakan medium *event* hingga *big event*. Kemudian mengenai kegiatan yaitu melaksanakan *event marketing* dan bekerja sama dengan para klien nya dalam membuat konsep acara. Namun masih banyak klien yang mengeluhkan tentang harga yang ditawarkan karena masih belum ekonomis bagi klien menengah kebawah. Klien yang berminat menggunakan produk jasa dari perusahaan ini merasa bahwa pentingnya marketing yang dapat menawarkan kegiatan yang bisa menyesuaikan dengan kebutuhan klien yang akan menyelenggarakan acara, sehingga keinginan acara yang diinginkan tercapai. Hal ini menjadikan bahan evaluasi bagi perusahaan bagaimana caranya untuk menargetkan klien banyak. Entah itu akan diadakan suatu promo potongan harga spesial untuk klien tertentu atau promo lainnya yang akan menarik minat beli klien. Dari beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan menjadikan pengenalan profil perusahaan kepada masyarakat hingga kemudian menjadikan promosi tersendiri bagi perusahaan. Dalam memberikan kesan

yang baik agar mendapatkan kepuasan klien yang tentu akan menjadikan reputasi perusahaan berkembang menjadi lebih baik lagi. (Wahyu, 2017)

PT Karya Global Utama adalah salah satu *event organizer* yang memiliki reputasi cukup baik di mata kliennya, oleh karena itu pihak manajemen PT Karya Global Utama perlu meningkatkan *brand awareness* kepada setiap perusahaan yang menggunakan jasa *Event Organizer* agar klien dari beberapa perusahaan tetap memilih jasa pada *event organizer* tersebut dalam kegiatan yang akan di selenggarakan, berikut data *event* yang telah diselenggarakan oleh PT.Karya Global Utama.

Tabel 1
Daftar *Event* Per Tahun PT Karya Global Utama

No	Data Tahun <i>Event</i>	Kegiatan Per Tahun
1	Tahun 2018	50 <i>Event</i>
2	Tahun 2019	58 <i>Event</i>
3	Tahun 2020	15 <i>Event</i>
4	Tahun 2021	65 <i>Event</i>

Sumber : PT Karya Global Utama, data diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 dilihat dari daftar harga dan beberapa klien yang sudah bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar dan *event* yang telah dilaksanakan merupakan acara kecil hingga acara besar. Kemudian mengenai kegiatan yaitu melaksanakan *event marketing* dan bekerja sama dengan para kliennya dalam membuat konsep acara. Namun masih banyak klien yang mengeluhkan tentang harga yang ditawarkan karena masih belum ekonomis bagi klien menengah kebawah yang berminat menggunakan produk jasa dari

perusahaan ini sehingga hal ini menjadikan bahan evaluasi bagi perusahaan bagaimana caranya untuk mentarget klien banyak. Adapun daftar harga dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2
Daftar Harga Program Event

Program Event	Harga per Pax
<i>Off Road Program</i>	Rp. 450.000 / Pax
<i>Team Building Budaya Tari Indonesia</i>	Rp. 200.000 / Pax
<i>Painball Program</i>	Rp. 175.000 / Pax
<i>Archery war Program</i>	Rp. 150.000 / Pax
<i>Rafting Program</i>	Rp. 250.000 / Pax
<i>Fun Cooking Master Cheef</i>	Rp. 250.000 / Pax
<i>Fun Bike Program</i>	Rp. 250.000 / Pax

Sumber : PT Karya Global Utama

Dapat dilihat pada tabel 2 bahwa harga yang ditawarkan cukup tinggi dengan yang paling besar yaitu Rp. 450.000 / pax atau per orang dan yang paling kecil yaitu sebesar Rp. 150.000/ pax atau per orang, maka hal itu banyak klien yang masih menjadi bahan pertimbangan dikarenakan harga yang ditawarkan oleh PT. karya Global Utama.

Dalam melaksanakan *event* PT Karya Global Utama berusaha membuat *event* tersebut berkesan dibenak pelanggan dan membuat pelanggan merasakan *event* tersebut dengan nyaman dan acara yang diinginkan, Namun fenomena di lapangan adalah ada beberapa klien yang merasa belum mendapatkan kepuasan terhadap perusahaan ini dan setelah melakukan penelitian dengan pra survei, dapat diketahui bahwa klien merasa belum puas terhadap harga yang ditawarkan. Pada umumnya program kepuasan klien mencakup kombinasi dari mulai kualitas barang atau jasa hingga adanya

promosi menarik untuk pelanggan loyal karena ini merupakan hal utama untuk mencapai kepuasan pelanggan dan jangan sampai menghilangkan minat beli kembali hanya karena perusahaan tidak merespon keluhan pelanggan serta kritik dan saran membangun terhadap perusahaan tersebut.

Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesan yang baik agar mendapatkan kepuasan pelanggan yang tentu akan menjadikan reputasi perusahaan menjadi baik dalam Persaingan *event organizer* di Kota Bogor yang sangat banyak, PT Karya Global Utama sendiri sudah dikenal sebagai *event organizer* yang bagus untuk menjalankan suatu acara dan bersaing dalam ide kreatif yang harus tetap di kembangkan supaya pelanggan dari perusahaan/kantor pemerintahan itu bisa tetap percaya dalam menyelenggarakan acara kepada PT Karya Global Utama.

Mempertahankan eksistensi yang dimiliki harus memiliki strategi agar perusahaan dapat dikenal lebih oleh masyarakat luas. Ketika suatu perusahaan mengalami penurunan yang loyalitas pelanggan, maka perusahaan perlu melakukan usaha promosi guna mengembalikan serta mempertahankan loyalitas pelanggan tersebut ialah melalui *event marketing*. Hubungan yang terbaik dengan pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan pasar. Pada umumnya program kepuasan pelanggan mencakup kombinasi dari mulai kualitas barang atau jasa hingga adanya promosi menarik untuk mencapai kepuasan pelanggan dan jangan sampai menghilangkan kualitas, minat beli kembali hanya karena perusahaan tidak merespon keluhan pelanggan serta kritik dan saran yang akan membangun

suatu pelayanan. Perkembangan *event organizer* di Indonesia tidak diragukan lagi, hal ini merupakan banyak nya bisnis usaha yang membutuhkan jasa *event organizer* untuk membantu kegiatan yang akan diselenggarakan oleh masing-masing instansi. Dan di era globalisasi saat ini banyak penyedia jasa *event organizer* diberbagai kota, baik usaha pribadi yang dibangun karna hobi dan kegemarannya, maupun dari jiwa seni sehingga ide ide kreatif membentuk sebuah penyedia jasa *event organizer*. Modal terbentuknya *event organizer* adalah skill konseptual perusahaan untuk menyusun konsep pemasaran yang unik dan se-kreatif mungkin agar sebuah konsep *event* sesuai dengan yang di inginkan *client*/perusahaan. Konsep pemasaran tersebut berhubungan dengan strategi komunikasi, ketika pihak *event organizer* dapat memberikan kepuasan kepada klient, maka perusahaan dapat kredibilitas pelanggan. Strategi merupakan sebuah rencana yang dirancang untuk mendapatkan hasil yang baik, maka dari itu mengapa sebuah strategi sangat penting dalam proses kinerja. Saat ini sudah banyak perusahaan mulai menyadari perlunya upaya mengintegritaskan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran diantaranya aktif dalam social media, memasang iklan (beriklan) di media masa (media advertisin), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjuala (*sales promotion*), penjualan interaktif dan hubungan masyarakat (*public relations*) untuk mencapai komunikasi pemasaran yang efektif. (Eko & Ginting, 2016)

Tabel 3
Data Testimoni *Event* PT Karya Global Utama

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Karyawan sangat memperhatikan klien yang menggunakan jasa <i>event organizer</i>	8	12
2	Program promosi loyalitas yang dilakukan oleh PT. Utama Global Utama sudah baik	9	11
3	Kualitas jasa yang dilakukan oleh PT. Utama Global Utama sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan	7	13

Sumber : PT Karya Global Utama, data diolah 2022

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa *event marketing* dan harga kurang baik. Hal ini disebabkan karena perusahaan *event organizer* ini tidak mengeluarkan program promosi kepada pelanggan loyal yang mengakibatkan kurang puasnya pelanggan untuk kembali menggunakan jasa *event organizer*, dikarenakan kurang fokusnya kepada para konsumen sehingga konsumen merasa kurang diperhatikan yang mengakibatkan kualitas pelayanan menjadi kurang, seperti terlalu sibuknya para karyawan ketika acara sedang berlangsung sehingga konsumen merasa tidak diperhatikan.

Mengenai harga *event* yang ada di perusahaan ini masih terbilang cukup mahal untuk kalangan menengah kebawah karena dalam kategori *event* yang ada terdiri dari *big event* dan *medium event*. Hal ini menjadi acuan perusahaan untuk memasarkan harganya yang mahal karena dominasi dari semua pelanggan adalah para petinggi perusahaan terkemuka seperti petinggi sebuah perusahaan otomotif hingga pejabat daerah, sehingga harus ada service dan kualitas yang tinggi dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan melalui

harga yang tinggi pula. Kesan yang baik agar mendapatkan kepuasan pelanggan yang tentu akan menjadikan reputasi perusahaan menjadi baik. Namun fenomena di lapangan adalah ada beberapa pelanggan yang merasa belum mendapatkan kepuasan terhadap perusahaan ini dan setelah melakukan penelitian dengan pra survei, dapat diketahui bahwa pelanggan merasa belum puas terhadap harga yang ditawarkan.

Pada umumnya program kepuasan pelanggan mencakup kombinasi dari mulai kualitas barang atau jasa hingga adanya promosi menarik untuk pelanggan loyal karena ini merupakan hal utama untuk mencapai kepuasan pelanggan dan jangan sampai menghilangkan minat beli kembali hanya karena perusahaan tidak merespon keluhan pelanggan serta kritik dan saran membangun terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan pada uraian permasalahan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *event marketing* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Event Organizer*”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berdasarkan observasi yang telah dilakukan diatas, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT. Karya Global Utama untuk setiap *event* yang diselenggarakannya.
2. Harga yang ditetapkan relatif mahal dibanding tempat lain
3. Para pegawai yang kurang memperhatikan yang diinginkan oleh para konsumen

4. Pelayanan akomodasi yang diberikan kurang
5. Kurangnya pelayanan yang diberikan oleh para pegawai kepada para konsumen

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya kekeliruan maupun pelebaran pokok masalah, agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Maka penulis saya akan berfokus terhadap “Pengaruh *Event Marketing* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *event organizer* PT Karya Global Utama”. Peneliti membatasi masalah-masalah yang diidentifikasi dan ingin mengetahui bagaimana *event marketing* dan harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Event Marketing* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *event organizer* PT Karya Global Utama”, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *event marketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah *event marketing* dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *event marketing* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *event marketing* dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Skripsi Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan langkah yang diambil, yang berkaitan dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan.

2. Manfaat Skripsi Bagi Akademi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

3. Manfaat Skripsi Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat menerapkan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan dan menambah pengalaman, wawasan serta pembelajaran sebagai praktisi dalam menganalisis suatu masalah, kemjudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

4. Manfaat Skripsi Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan rujukan dari peneliti selanjutnya serta menjadi pertimbangan bagi perusahaan yang menghadapi masalah serupa.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penelitian sebagai berikut.

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai latar belakang masalah yang menjadi tema penelitian, penulis juga menjelaskan mengenai identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II. TINJAUAN PUSAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, seperti pengertian harga kualitas produk, pelayanan dan keputusan pembelian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, aspek-aspek yang diteliti, metode penelitian, populasi, dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.