

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi saat ini, sektor pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia pada abad ke-21, dan menjadi salah satu industri yang mengglobal. Pariwisata telah memberikan devisa yang cukup besar bagi berbagai negara. Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau atau disebut juga sebagai nusantara atau negara maritim, telah menyadari pentingnya sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia dikarenakan pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu di atas pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Wisatawan dari suatu daerah ke daerah lain. Kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan masyarakat sekitarnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam beradaptasi baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan maupun kebudayaan mereka. Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata yaitu ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup.

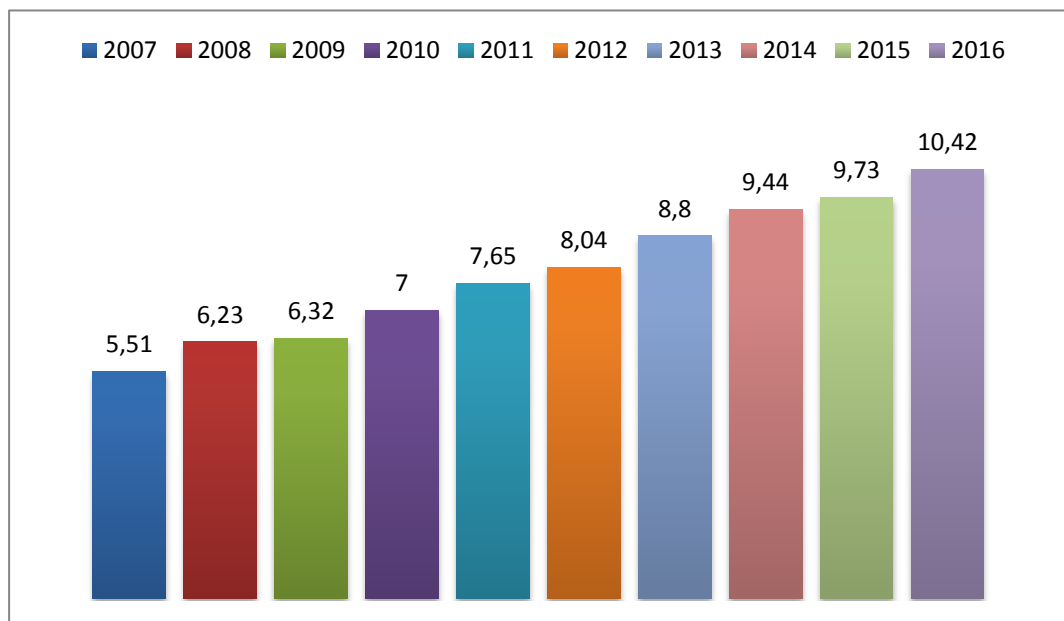
Masyarakat dalam lingkungan suatu destinasi wisata sangatlah penting dalam kehidupan suatu destinasi wisata karena mereka memiliki budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata, dukungan masyarakat terhadap tempat wisata berupa sarana kebutuhan pokok untuk destinasi wisata, tenaga kerja yang memadai dimana pihak pengelola destinasi wisata memerlukannya untuk menunjang keberlangsungan hidup destinasi wisata dan memuaskan masyarakat yang memerlukan pekerjaan dimana membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih baik. Pengembangan suatu destinasi wisata yang dilakukan dengan baik

akan menghasilkan pendapatan ekonomi yang baik juga untuk komunitas setempat (Joseph D. Fritgen, 1996).

Bila dilakukan dengan benar dan tepat maka pariwisata dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat meminimalkan permasalahan. Penduduk setempat mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya pengembangan destinasi wisata, karena penduduk setempat mau tidak mau terlibat langsung dalam aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan kepariwisataan di daerah tersebut, misalnya bertindak sebagai tuan rumah yang ramah, penyelenggara atraksi wisata dan budaya khusus (tarian adat, upacara-upacara agama, ritual, dan lain-lain), produsen *souvenir* yang memiliki ke khasan dari obyek tersebut dan turut menjaga keamanan lingkungan sekitar sehingga membuat wisatawan yakin, tenang, aman selama mereka berada di destinasi wisata tersebut. Akan tetapi apabila suatu destinasi wisata tidak dikembangkan atau ditangani dengan baik atau tidak direncanakan dengan baik, dapat menyebabkan kerusakan baik secara lingkungan maupun dampak-dampak negatif terhadap ekonomi maupun sosial

Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk kira-kira 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka ini dua kali lipat menjadi 8% dari PDB, sebuah target yang mengimplikasikan bahwa dalam waktu 4 tahun mendatang, jumlah pengunjung perlu ditingkatkan dua kali lipat menjadi kira-kira 20 juta. Dalam rangka mencapai target ini, Pemerintah akan berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan & kebersihan dan juga meningkatkan kampanye promosi *online* (*marketing*) di luar negeri. Pemerintah juga merevisi kebijakan akses visa gratis di 2015 untuk menarik lebih banyak turis asing. (www.indonesia-investments.com diakses pada 14 Januari 2017)

TABEL 1.1
KUNJUNGAN WISATAWAN ASING DI INDONESIA 2007-2016:



Sumber: Badan Pusat Statistika, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan turis asing di Indonesia telah bertumbuh secara meningkat dari tahun 2007 sampai 2016. Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa terjadi peningkatan setiap tahunnya dari yang awalnya pada tahun 2007 berkisar 5.51 juta wisatawan menjadi 10,42 juta wisatawan pada tahun 2016. Peningkatan yang sangat tajam sekitar hampir dua kali lipat dari jumlah awal pada tahun 2007 sampai dengan 2016 menjadi keberhasilan tersendiri karena dapat menarik banyak minat dari warga asing untuk datang ke Indonesia.

UNWTO dalam penelitian “*Tourism 2020*” menyatakan bahwa 15 tahun mendatang Asia Tenggara akan menjadi kawasan yang tercepat mengalami pertumbuhan di bidang pariwisata. Sekretaris UNWTO, Jendral Thalib Rivai

mengatakan bahwa Asia Tenggara menumbang 7,5 – 8% pertumbuhan pariwisata dunia. Jadi sekitar 74 s.d 75 juta orang mengunjungi kawasan ini dalam satu tahun. *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* memprediksikan pada tahun 2020 pertumbuhan pariwisata akan menjadi industri terbesar di dunia sehingga menjadi sumber utama pendapatan utama dan mengidentifikasi 10 besar segmen pasar dalam dunia pariwisata, yaitu : *sun and beach tourism, sport tourism, adventure tourism, nature based tourism, cultural tourism, urban tourism, rural tourism, cruises, theme park, meeting and conference.*

Terdapat sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali sekitar lebih dari 3,7 juta disusul, DKI Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan liburan, sementara 41% untuk tujuan bisnis. (<https://travel.detik.com/> diakses pada 15 Januari 2017)

Indonesia terus mengembangkan industri pariwisata khususnya jasa penyelenggaraan pertemuan, insentif, konferensi dan pameran atau biasa dikenal MICE (*Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition*). MICE merupakan salah satu sektor yang terbilang memiliki perkembangan yang sangat pesat. Terbukti dengan meningkatnya jumlah event MICE yang diselenggarakan di Indonesia. MICE memiliki pengaruh ekonomi yang berlipat ganda (*multiplier effect*) dalam proses penyelenggaraan *event* tersebut. Dalam kata lain, industri MICE menghasilkan peluang-peluang peningkatan ekonomi positif disetiap penyelenggaranya. Hal itu dapat terlihat dari banyaknya pihak yang terlibat dalam menunjang kesuksesan penyelenggaraan event tersebut, bukan hanya dari jasa-jasa yang terlibat langsung, tetapi dari jasa atau produk yang berada disekitar penyelenggara event MICE tersebut.

Hal ini dikarenakan stabilitas ekonomi yang semakin membaik sehingga Indonesia mulai dilirik pangsa pasar penyelenggara pameran dan konferensi mancanegara. Berbekal potensi aneka ragam budaya dan keindahan alam,

Indonesia kini menjadi tujuan pelaku industri MICE kelas dunia, seiring dibangunnya berbagai infrastruktur pameran dan konferensi tingkat internasional.

Asisten Deputi Pengembangan Segmen Bisnis dan Pemerintah Kementerian Pariwisata (Kemenpar) menjelaskan bahwa kegiatan MICE dalam negeri terus meningkat terutama di lingkungan korporasi atau bisnis dan pemerintahan baik yang diselenggarakan sendiri maupun diserahkan kepada *event organizer* atau PCO (*Professional Conference Organizer*) dan PEO (*Professional Exhibition Organizer*).

Peningkatan kegiatan MICE di Indonesia telah menciptakan peluang pasar yang besar bagi para PCO di Tanah Air. Pangsa pasar di dalam negeri yang tumbuh besar menjadi kekuatan untuk memenangkan bisnis MICE global utamanya di kawasan Asia Pasifik. Meningkatnya kegiatan MICE di Indonesia antara lain karena banyak daerah yang kini memiliki fasilitas konvensi dan pertemuan yang representatif. (<http://www.kemenpar.go.id> diakses pada 15 Januari 2017)

Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) adalah ibu kota negara Republik Indonesia. Jakarta merupakan satu-satunya kota di Indonesia yang memiliki status setingkat provinsi. Jakarta terletak di pesisir bagian barat laut Pulau Jawa. Jakarta memiliki luas sekitar 661,52 km² (lautan: 6.977,5 km²). Wilayah metropolitan Jakarta (Jabodetabek) yang berpenduduk sekitar 28 juta jiwa, merupakan metropolitan terbesar di Asia Tenggara atau urutan kedua di dunia. Sebagai pusat bisnis, politik, dan kebudayaan, Jakarta merupakan tempat berdirinya kantor-kantor pusat BUMN, perusahaan swasta, dan perusahaan asing. Kota ini juga menjadi tempat kedudukan lembaga-lembaga pemerintahan dan kantor sekretariat ASEAN. Jakarta dilayani oleh dua bandar udara, yakni Bandara Soekarno–Hatta dan Bandara Halim Perdanakusuma, serta satu pelabuhan laut di Tanjung Priok. (<http://jakarta-tourism.go.id> diakses pada 17 Januari 2017)

Oleh sebab itu, Jakarta menjadi salah satu destinasi yang menjadi incaran baik oleh wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara. Jumlah

kunjungan wisatawan dari tahun 2010 – Juli 2016 mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2010 jumlah kunjungan mencapai 26.970.482 selanjutnya mengalami kenaikan dengan jumlah total wisatawan pada tahun 2011 mencapai 35.141.330 setara mengalami kenaikan sebesar 23,2 % lalu sempat terjadi penurunan pada tahun 2012 menjadi 29.374.604 atau sebesar serta menurun kembali pada tahun 2013 namun terjadi peningkatan kembali pada tahun 2014 sampai sekarang. Angka penurunan ini terjadi pada jumlah wisatawan nusantara pada tahun 2013 disebabkan terjadinya tragedi bencana alam yaitu banjir besar yang sempat membuat Jakarta pada kondisi keadaan darurat penyebabnya adalah curah hujan yang tinggi, sistem drainase yang buruk, dan rusaknya banyak tanggul di daerah Jakarta. Hal tersebut membuat beberapa calon wisatawan nusantara menggurungkan niatnya untuk mengunjungi Jakarta hal ini tentu berpengaruh pada jumlah wisatawan nusantara tetapi tidak berpengaruh pada wisatawan mancanegara karena tidak mendapatkan berita tersebut. Pada tahun 2014 mulai terjadi peningkatan disebabkan telah terjadinya pemulihan kota Jakarta oleh pemerintah setempat dan mengalami peningkatan sampai saat ini terhitung sejumlah 18.904.572 wisatawan telah mendatangi DKI Jakarta terhitung pada bulan Juli 2016.

Menurut ICCA (*International Congress & Convention Association*) Indonesia berada di posisi 43 dunia dan berada di ranking 12 untuk kawasan Asia Pasifik. Hal tersebut diperkuat pula dengan riset hasil riset ICCA World City Rankings International Association Meeting Tahun 2015 yang menyatakan bahwa Jakarta termasuk dalam ICCA ranking yaitu pada posisi 34 di worldwide rank dan posisi 12 pada Asia Pasifik dan ranking Timur Tengah.

Berdasarkan hasil riset ICCA (*International Congress & Convention Association*), Jakarta layak dikatakan sebagai *existing destination* berdaya saing internasional untuk MICE. (<https://www.iccaworld.org/> diakses pada 17 Januari 2017)

Pemerintahan provinsi DKI Jakarta akan mengembangkan konsep wisata *meetings, incentives, conferences, and exhibitions* (MICE). Dengan konsep ini, nantinya sektor pariwisata di ibukota akan dibagi menjadi dua di mana konsep MICE akan diterapkan di wilayah kota Jakarta dan wisata kepulauan di wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu.

Berbagai macam *venue* yang dapat digunakan untuk kegiatan MICE di DKI Jakarta dijabarkan pada tabel 1.2 dibawah ini :

TABEL 1.2
VENUE MICE YANG ADA DI DKI JAKARTA

No.	Nama Venue
1.	Balai Sidang Jakarta Convention Center
2.	JS Luwansa
3.	Integrity Convention Centre
4.	PRJ Kemayoran
5.	Convention Hal – SMESCO
6.	Gedung Golkar Walang Baru
7.	PT. Graha 165 Tbk
8.	Nafiri Convention Hall
9.	Patra Jasa
10.	Balai Kartini
11.	Jakarta International Expo
12.	Istora Senayan
13.	Taman Ismail Marzuki

Sumber : Dinas Pariwisata DKI Jakarta, 2016

Balai Sidang Jakarta Convention Center merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata terlebih khusus MICE. Balai Sidang Jakarta Convention Center meliputi sekitar 120.000 meter persegi dan terdiri dari ruang teater gaya putaran, dua ruang pameran, ruang pertemuan, ruang perjamuan, lobi utama yang luas dan lobi bawah atmosfer, ruang VIP dan *lounge*, dan sepuluh ruang pertemuan lebih lanjut yang dapat dikonfigurasi untuk menyesuaikan

kebutuhan acara tertentu. Balai Sidang Jakarta Convention Center juga memiliki fasilitas *food and beverages*, *business centre*, departemen dekorasi, dan *gardening*. Gudang Balai Sidang Jakarta Convention Center terikat memfasilitasi *bondage warehouse* yang ditempatkan barang sementara *import*.

Balai Sidang Jakarta Convention Center berlokasi dikawasan Senayan bersebelahan dengan berbagai macam fasilitas olahraga seperti golf, tennis, basket, sepak bola, dan kolam berenang, dan juga berlokasi strategis berada di kawasan bisnis Jakarta.

Setiap tahunnya Balai Sidang Jakarta Convention Center mendapatkan banyak permintaan untuk mengadakan kegiatan pada ruangan-ruangan yang disediakan oleh sebab itu terkadang telah dilakukan reservasi untuk ruangan yang telah dilakukan satu tahun sebelum acara dimulai. Acara yang diselenggarakan pun beragam sesuai dengan segmen yang akan dituju yang mana akan diperlihatkan pada tabel 1.3 dibawah ini.

TABEL 1.3
JUMLAH EVENT SESUAI DENGAN SEGMENT

No.	Segmen	Jumlah booking				Jumlah definite			
		2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
1	<i>Local Corporate</i>	246	228	246	252	124	132	137	124
2	<i>Private</i>	64	23	57	60	24	5	19	11
3	<i>Educations</i>	47	52	49	44	40	34	35	28
4	<i>Government</i>	34	37	28	31	18	11	16	19
5	<i>National Association</i>	34	37	82	86	18	12	25	21
6	<i>Local Association</i>	29	29	25	27	11	12	13	17
7	<i>International Corporate</i>	20	82	36	42	11	23	12	18
8	<i>Foundation</i>	11	6	8	4	3	2	4	7
9	<i>Religions</i>	9	13	12	10	6	9	8	6
10	<i>International Association</i>	7	5	7	3	4	4	2	3
Jumlah Total		501	512	550	559	259	244	271	254

Sumber : event.bsjcc.co.id/busstat.asp, 2017

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah pada setiap tahunnya terjadi pertumbuhan yang fluktuasi dimana pada tahun 2014 terjadi penurunan sebesar 5,7 % sebab pada tahun 2014 terjadi krisis politik karena sedang diadakannya pemilihan umum presiden dan wakil presiden Republik Indonesia dan juga terjadi permasalahan internal perusahaan oleh sebab itu adanya penurunan permintaan *event*. Namun pada tahun 2015 terjadi peningkatan kembali sebesar 11 % dikarenakan sudah normal kembali keadaan politik di Indonesia. Tapi disayangkan pada tahun 2016 kembali terjadi penurunan sebesar 6,2 % disebabkan adanya pengembangan dari beberapa *competitor* dan adanya pembangunan *venue* yang dianggap sebagai *venue* terluas yang menarik minat klien Balai Sidang Jakarta Convention Center untuk mengadakan *event* di *venue* tersebut. Alasan utama mengapa jumlah *event definite* yang cenderung mengalami penurunan ialah mulai berkembangnya *venue MICE* lainnya yang menarik perhatian bagi pelenggara *event* untuk mengadakan *event* yang mereka rencanakan. Telah munculnya berbagai macam pilihan *venue* dengan kelebihanannya menjadikan *event-event* yang semula direncanakan untuk diadakan di Balai Sidang Jakarta Convention Center mulai berpindah pada *venue* lainnya.

Hal itu tentu saja berdampak buruk bagi Balai Sidang Jakarta Convention Center karena terjadinya fluktuasi dalam penggunaan *venue* sehingga terjadi ketidakstabilan dalam penjualan *venue*. Jumlah yang naik turun ini menjadi acuan tersendiri untuk perusahaan dalam menghadapi *competitor* dan menjadi pemikiran tersendiri tentang bagaimana menstabilkan jumlah penjualan *venue* atau bahkan meningkatkan penjualan.

Balai Sidang Jakarta Convention Center menginginkan jumlah penggunaan *venue* yang meningkat dari tahun sebelumnya, menurut manajemen Balai Sidang Jakarta Convention Center alasan mengapa terjadi pertumbuhan yang fluktuasi dikarenakan faktor internal yang juga tidak stabil. Seperti terjadi pergantian

General Manager yang merupakan pemimpin dari perusahaan pada tahun 2014 sehingga terjadi berbagai macam perubahan seperti pada peraturan serikat pekerja.

Konsumen Balai Sidang Jakarta Convention Center banyak yang mengeluhkan bahwa adanya ketidakpuasan dalam menggunakan *venue* di Balai Sidang Jakarta Convention Center karena beragam faktor seperti penurunan profesionalitas dan ketidakluasan dalam menggunakan *venue* karena terhalang oleh peraturan.

Menurut *Manager Human Resources* Balai Sidang Jakarta Convention Center, Klien juga sering kali merasa adanya perbedaan kinerja dari para staf Balai Sidang Jakarta Convention Center seperti adanya kurang profesionalitas dalam melakukan pekerjaan yang seharusnya mereka lakukan. Sering kali terlihat juga lebih banyak pekerja harian lepas (PHL) dibandingkan dengan para staf ketika berada dilapangan sehingga klien merasa kurang puas karena PHL tidak akan seprofesionalitas para staf yang telah bekerja puluhan tahun. Para staf diakui sering kali terlihat tidak pada tempat kerjanya yang mengakibatkan para PHL yang harus menggantikan posisi mereka. Serta kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas sehingga terjadi kesempatan untuk *venue* lain menarik dapat klien dari Balai Sidang Jakarta Convention Center untuk mengadakan *event* di *venue* tersebut.

Pihak *Convention Services* juga mengatakan bahwa adanya kekurangan perihal perlengkapan dan peralatan penunjang dalam pengadaan *event* sehingga klien merasa kurang puas dan mencari alternatif *venue* yang dapat digunakan untuk menyelenggarakan *event* mereka.

Pra penelitian dilakukan untuk mengukur kepuasan klien terhadap penggunaan *venue* di Balai Sidang Jakarta Convention Center dengan menggunakan kuisisioner dengan total responden sebanyak 30 responden. Hasil dari pra penelitian dapat dilihat pada grafik dibawah ini :



Sumber : Data yang diolah oleh peneliti, 2017

GAMBAR 1.1
PRA PENELITIAN MENGENAI *CUSTOMER SATISFACTION*

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa dari sejumlah 30 responden sebanyak 13 responden atau sekitar 43 % mengatakan puas dengan menggunakan Balai Sidang Jakarta Convention Center sebagai *venue* untuk mengadakan event karena telah lama menjalin kerjasama, kekuatan citra perusahaan yang kuat dimata masyarakat serta kemudahan lokasi untuk ditempuh dan 17 responden atau sekitar 57 % mengatakan tidak puas dengan menggunakan *venue* di Balai Sidang Jakarta disebabkan terjadinya penurunan kinerja pelayanan serta sering kali terjadi *miss communication* selama *event* berlangsung dan juga di lapangan lebih sering terlihat staf magang dibandingkan dengan staf tetap dimana jelas terlihat staf magang tidak akan seprofesional staf tetap.

Sebelumnya, sudah pernah dilakukan penelitian serupa oleh Henny Susanti mahasiswa Universitas Gunadarma yang telah meneliti mengenai kepuasan klien yang menggunakan *venue* di Balai Sidang Jakarta Convention Center dari penelitian tersebut ditemukan bahwa sebanyak 18 responden atau sekitar 36 % menjawab puas dengan menggunakan *venue* di Balai Sidang Jakarta Convention Center 32 responden atau sekitar 64% menjawab tidak puas dengan menggunakan *venue* di Balai Sidang Jakarta Convention Center. Hal itu dikarenakan kurang

profesionalitasnya staf dalam melakukan pekerjaan yang mereka lakukan sehingga terkadang klien agak kesusahan dalam mempersiapkan *event* baik dari *set up* sampai dengan *tear down*.

Pada akhirnya Balai Sidang Jakarta Convention Center meningkatkan *venue quality*. *Venue quality* berfokus pada evaluasi kualitas yang berlangsung pada suatu tempat diadakannya aktifitas olahraga. (Greenwell, Bussell, dan Shonk, 2014:182). Terdapat tiga dimensi yaitu : *interactions*, *environment*, dan *value*.

Dimana *Venue Quality* yang dilakukan oleh Balai Sidang Jakarta Convention Center yang disesuaikan dengan dimensi dapat dijabarkan dengan penjelasan tabel 1.4 dibawah ini :

TABEL 1.4
PROGRAM VENUE QUALITY DI BALAI SIDANG JAKARTA
CONVENTION CENTER

Dimensi	Implementasi
<i>Interaction</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedianya jasa <i>24 hours services</i> yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan klien baik pada saat <i>set up</i> atau pun <i>tear down</i> 2. <i>Complaint</i> di pusatkan kepada 1 titik yaitu ketika <i>exhibition</i> pada <i>exhibition operation</i> dan ketika <i>convention</i> pada <i>convention service operation</i> 3. Menyediakan pengamanan ketika <i>show days</i> dengan adanya kerjasama antara <i>security event</i> dengan <i>security</i> Balai Sidang Jakarta Convention Center 4. Adanya staf yang <i>stand by</i> ketika <i>show days</i> untuk memenuhi permintaan dadakan 5. Tersedianya <i>food and beverages services</i> yang melayani dari produksi sampai dengan jasa

	pelayanan
<i>Environment</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang berada di pusat ibu kota serta dapat mudah dicapai baik dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi 2. Tersedia perlengkapan pendukung (atm center, , musholla, toilet di setiap ruangan, dan parkir) 3. Tersedianya perlengkapan pendukung event seperti <i>sound system, lighting, dekorasi, dan interpreter.</i>
<i>Value</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan venue yang disewa 2. <i>Finance department</i> memberikan beberapa alternatif dalam melakukan pembayaran seperti melayani debit/credit/cheque 3. Produk yang telah mendapatkan ISO 22000:2005

Sumber : Data yang dimodifikasi penulis, 2017

Oleh sebab itu, Balai Sidang Jakarta Convention Center sedang meningkatkan *venue quality* yang dapat diberikan kepada klien dapat merasa puas dan lalu tertarik untuk mengadakan event di Balai Sidang Jakarta Convention Center sehingga dapat meningkatkan jumlah penggunaan *venue* dan klien merasa puas menggunakan venue di Balai Sidang Jakarta Convention Center.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka penulis menganggap perlu untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Venue Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* (Survei Pada Balai Sidang Jakarta Convention Center).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran *venue quality* di Balai Sidang Jakarta Convention Center
2. Bagaimana gambaran *customer satisfaction* di Balai Sidang Jakarta Convention Center ?
3. Bagaimana pengaruh *venue quality* terhadap *customer satisfaction* di Balai

Sidang Jakarta Convention Center

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini mencakup :

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *venue quality* terhadap *customer satisfaction* di Balai Sidang Jakarta Convention Center

2. Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran mengenai *venue quality* di Balai Sidang Jakarta Convention Center
2. Mengetahui gambaran mengenai *customer satisfaction* di Balai Sidang Jakarta Convention Center
3. Mengetahui pengaruh *venue quality* terhadap *customer satisfaction* di Balai Sidang Jakarta Convention Center

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Secara Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya pada pihak-pihak yang terlibat di Balai Sidang Jakarta Convention Center mengenai keefektifan *venue quality* dalam upaya meningkatkan *customer satisfaction* di Balai Sidang Jakarta Convention Center

2. Secara Praktisi

Sebagai salah satu acuan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan pelaksanaan *venue*

quality dan *customer satisfaction* dalam upaya meningkatkan volume penjualan.