

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Wisata konvensi adalah pertemuan sekelompok orang yang secara bersama-sama bertukar pengalaman dan informasi melalui pembicaraan, mendengar, belajar dan mendiskusikan topik tertentu. Pelaksanaan wisata konvensi diselenggarakan melalui kegiatan-kegiatan pertemuan asosiasi, pertemuan perusahaan dan pameran dagang serta eksibisi. (Pendit, 2003:179). Komponen wisata konvensi dikenal dengan sebutan MICE, yaitu *Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition*. Saat ini terdapat 10 kota di Indonesia yang ditetapkan menjadi kota tujuan wisata MICE, yaitu Jakarta, Bali, Makassar, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Padang, Batam, Manado, dan Bandung (Abdullah, 2009:24).

Keempat komponen wisata MICE bersama-sama berkembang di Kota Bandung, baik berupa sebuah kesatuan penyelenggaraan maupun secara terpisah. Seiring dengan berjalannya waktu, kini usaha jasa pameran telah menjadi usaha tersendiri sebagaimana juga usaha jasa insentif, yang berkembang luas seiring berkembangnya perusahaan-perusahaan nasional maupun multinasional (Abdullah, 2009:45). Direktorat Bina Usaha Perdagangan Departemen Perdagangan Bagian Pembinaan Usaha Perdagangan mendefinisikan pameran sebagai kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan,

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mempromosikan dan menyebarluaskan informasi hasil produksi barang atau jasa kepada masyarakat termasuk didalamnya penyelenggaraan konvensi dan atau seminar yang ditujukan untuk mendukung kegiatan pameran dimaksud. Perusahaan menjadikan kegiatan pameran sebagai ajang promosi ataupun pengenalan produk baru. Selain itu kegiatan pameran juga digunakan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung sebagai sarana mempertunjukkan hasil karya penduduk lokal melalui usaha industri kreatif. Setiap bulannya diadakan pameran yang berbeda-beda yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung.

Sebuah pameran diselenggarakan oleh sebuah *organizer*. Lidia Evelina (2009:10-11), mengelompokkan 5 golongan *organizer* yang ada pada kegiatan pameran, yaitu:

1. *State-owned organization*
 - a. Pemerintah daerah (contoh: Pekan Raya Jakarta)
 - b. Asosiasi dagang (contoh: Kadin, Tokyo Trade Centre, Korean Trade Centre)
2. *Private organization – Public Corporation*; dimiliki oleh Pemerintah (contoh: *China External Trade Development Council*)
3. *Trade Association* – Asosiasi dagang. Contoh: *Gaikindo Motor Show*—gabungan industri kendaraan motor Indonesia
4. *Professional Associations* – Asosiasi Profesional. Contoh: *Hospital Expo*—Ikatan Rumah Sakit Jakarta Metropolitan

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5. *Independent Private Organizers*

- a. Perusahaan swasta (berbadan hukum). Contoh: Pemerindo, Debindo, Dyandra Promosindo dan lain-lain
- b. Perusahaan swasta perorangan.

PEO menyelenggarakan pameran disebuah tempat penyelenggaraan yang disebut *venue*. Namun, hingga saat ini Kota Bandung belum memiliki gedung pertemuan (*Conference/ Exhibition Center*) yang representatif dan berstandar, baik dari segi kapasitas ruangan, luas keseluruhan *venue*, fasilitas pendukung, kualitas sumber daya manusia, kondisinya akses menuju *venue* dan lokasi tempat *venue* berada. Menteri Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif menyoroti keluhan utama dari pelaku industri kreatif selama ini adalah tidak tersedianya tempat untuk menampilkan hasil karyanya, mereka kesulitan untuk menggelar pameran, dan kurang pemberdayaan. Namun, penyelenggaraan tidak hanya terbatas pada pameran industri kreatif. Di Kota Bandung banyak jenis produk yang ditawarkan mulai dari produk mebel, produk alat-alat elektronik, produk jasa, dan lain-lain.

Penyelenggaraan pameran saat ini dilakukan terbatas di gedung-gedung pertemuan berkapasitas lebih dari 500 orang dan di beberapa hotel berbintang yang memiliki fasilitas ruang *meeting* dan *ballroom*. Sehingga para penyelenggara pameran menggunakan fasilitas *venue* yang ada di Kota Bandung sedangkan secara standar *venue* yang ada belum sepenuhnya terpenuhi.

Menurut data dari bidang promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011-2012, *venue* yang digunakan untuk penyelenggaraan pameran diantaranya:

Tabel 1.1.

Nama *Venue* Penyelenggaraan Pameran Tahun 2011 - 2012

No	Nama <i>Venue</i>	Jumlah Pameran
1.	Landmark Convention Hall	21
2.	Braga	3
3.	Lapangan Gazibu	5
4.	Graha Manggala Siliwangi	16
5.	Paris Van Java Mall	1
6.	Bandung Indah Plaza	4
7.	Bandung Convention Center	1
8.	Sasana Budaya Ganesa	1
9.	Pusat Dakwah Agama Islam	4

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Bidang Promosi. 2012

Penentuan *venue* sangat mempengaruhi terhadap keberhasilan sebuah pameran yang dilihat dari banyaknya peserta yang hadir (Noor, 2007:17). Oleh karena itu *venue* yang ada berupaya memperbaiki kualitas penjualan produk dan pelayanan yang diberikan agar dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi event yang diadakan di *venue* yang dikelolanya, hal ini akan berdampak pada

jumlah penyewaan venue oleh Event Organizer. Upaya ini dilakukan dengan memperhatikan aspek kebutuhan pasar yaitu para penyelenggara pameran.

Penulis terlebih dahulu melakukan pengamatan awal dengan melakukan wawancara kepada beberapa staff Event Organizer dan pengelola venue mengenai hal-hal yang mempengaruhi keputusan penggunaan venue yaitu berdasarkan bauran pemasaran jasa penyewaan venue. Berdasarkan ulasan diatas, penulis melakukan sebuah penelitian untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Event Organizer di Kota Bandung dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah venue sebagai tempat penyelenggaraan pameran, agar dapat diketahui faktor apa saja yang sebenarnya sangat mempengaruhi keputusan penggunaan venue pameran. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penyelenggara pameran dalam menentukan sebuah *venue*, akan diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan yang diambil oleh Event Organizer sehingga dapat menjadi rujukan untuk pembangunan ataupun pengembangan *venue* pameran yang akan dibangun ataupun telah ada. Judul penelitian ini adalah: “ *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran oleh Event Organizer di Kota Bandung*”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Faktor apakah yang menentukan keputusan penggunaan *venue* pameran oleh *Event Organizer* di Kota Bandung?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

Mengidentifikasi faktor yang menentukan keputusan penggunaan *venue* pameran oleh *Event Organizer* di Kota Bandung.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai penambah wawasan bagi mahasiswa ataupun bagi mereka yang memiliki ketertarikan di bidang pariwisata khususnya industri MICE di Kota Bandung
 - b. Memperoleh pengetahuan mengenai faktor yang mempengaruhi Event Organizer di Kota Bandung dalam pengambilan keputusan penggunaan suatu *venue* sebagai tempat penyelenggaraan pameran
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi peneliti, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepariwisataan di Kota Bandung khususnya di industry MICE yang berkaitan dengan keputusan penggunaan *venue*

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- b. Bagi pemerintah daerah Kota Bandung, yaitu sebagai salah satu referensi dalam pembangunan *Convention/Exhibiton Centre* di Kota Bandung
- c. Bagi dunia usaha *venue* di Kota Bandung, yaitu sebagai bahan masukan untuk dapat lebih mengembangkan produknya agar sesuai dengan keinginan pasar

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan skripsi terbagi atas 5 (lima) bab. Uraian yang akan disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran proses penelitian, mulai dari masalah yang diangkat dan dasar penelitian yang dilakukan serta manfaat penelitian ini.

Baba ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan pengertian mengenai teori-teori mendasar yang menjadi bahasan dalam penelitian ini, teori teori tersebut bersumber dari studi kepustakaan yang dilakukan peneliti, serta kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bab ini menguraikan metode-metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi lokasi dan waktu penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, alat pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, prosedur dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Bab ini menguraikan pembahasan yang terdiri dari temuan penelitian dan pembahasan temuan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan akhir dari penelitian yang membahas mengenai kesimpulan hasil penelitian yang telah diperoleh dan rekomendasi yang diberikan oleh peneliti berdasarkan teori dan kenyataan yang ada.