

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dalam kebutuhan dan keinginan manusia saat ini semakin meningkat sejalan dengan semakin majunya peradaban manusia. Kebutuhan manusia semakin beragam yang mempengaruhi pandangan terhadap emosi dan psikologis sangat berperan dalam menentukan kemajuan sarana pemenuhnya. Kebutuhan psikologis manusia tidak hanya terbatas pada rekreasi saja, tetapi sudah mencakup pada hal yang lebih resmi. Berkembangnya ragam keinginan psikologis manusia memicu meningkatnya kebutuhan psikologis dan pemenuh kebutuhan psikologis itu sendiri. Kebutuhan psikologis manusia dapat berupa sesuatu yang diharapkan manusia sebagai pencapaian terhadap kepuasan. Pemenuh kepuasan inilah yang akan selalu dicari oleh manusia yang berfungsi sebagai rekreasi atau bahkan banyak masyarakat yang dapat dikategorikan sebagai pecandu terhadap suatu pemuas keinginan.

Salah satu pemenuh kebutuhan atau pemenuh kepuasan psikologis manusia adalah mengunjungi suatu *event*, baik *event* formal seperti pameran, *event* musik bahkan *event* yang diadakan oleh suatu komunitas sosial saja. Hal ini dapat dilihat dari bertumbuhnya *event* yang ada di Indonesia mulai dari *event* festival jajanan, pameran, penghargaan terhadap suatu prestasi individu atau kelompok, *event* musik hingga *event* musik yang lebih tersegmen, misalnya *event* musik jazz. *Event* musik di Indonesia mengalami perkembangan pesat baik untuk *event* musik lokal ataupun *event* musik internasional. Sehubungan dengan hal itu, masyarakat lebih memilih untuk mengunjungi suatu *event* tertentu dalam

memenuhi kebutuhan psikologisnya. Selain itu kepuasan masyarakat untuk mengunjungi suatu *event* memicu para pelaku industri *event organizer* untuk terus meningkatkan kualitas *event* pada saat acara berlangsung bahkan dalam waktu sebelum dan sesudah acara berlangsung demi kenyamanan pengunjung.

Saat ini perkembangan *event* di Indonesia dapat dinilai tumbuh variatif baik beragam usia, beragam kebutuhan hingga beragam jenis kalangan komunitas sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya *event* yang diadakan mulai dari *event* besar yang berskala internasional, nasional dan *event* berskala regional bahkan *event* yang berskala komunitas sosial yang diadakan di kafe dan universitas serta sekolah.

Tabel 1.1 berikut memberikan informasi tentang jumlah berbagai *event*, berikut jumlah pengunjungnya pada tahun 2006 hingga tahun 2008 di Indonesia.

TABEL 1.1
JUMLAH PENGUNJUNG EVENT TAHUN 2006-2008

<i>Event</i>	Jumlah Pengunjung (orang)
Pekan Raya Jakarta 2008	2.414.829
Kickfest 2007	300.000
Indonesian International Motor Show 2006	81.035
Soundrenalin Pekanbaru 2008	60.000
Jakjazz Festival 2008	39.000

Sumber: Modifikasi dari kompas.com, mediaindonesia.com, kickfest2008.com, hariansingalang.co.id, sinarharapan.com 1/12/2008

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat Pekan Raya Jakarta 2008 memiliki jumlah pengunjung terbanyak dengan jumlah pengunjung sebanyak

2.414.829 orang. Kickfest 2007 dengan jumlah pengunjung sebanyak 300.000 orang, disusul oleh Indonesian International Motor Show 2006 dengan jumlah pengunjung sebanyak 81.035 orang, Soundrenalin Pekanbaru 2008 dengan jumlah pengunjung sebanyak 60.000 orang dan Jakjazz Festival 2008 sebanyak 39.000 orang. Tingginya animo pengunjung mendatangi Pekan Raya Jakarta disebabkan terobosan baru yang dibuat penyelenggara, seperti adanya berbagai wahana rekreasi baru yang disediakan panitia. Salah satunya adalah replika Candi Borobudur yang menyita perhatian pengunjung. Replika candi yang berada di belakang danau itu memiliki pesona untuk menarik pengunjung sekaligus menjadi tempat bersantai dengan harga yang terjangkau (mediaindonesia.com).

Event sekarang ini sudah bukan merupakan hanya media untuk menunjukkan hiburan bagi sejumlah kalangan tetapi sudah merupakan bisnis yang memiliki prospek baik. Banyaknya jenis *event* membuat beberapa *event organizer* melakukan aktivitas produksinya dengan segmen tertentu.

Tabel 1.2 berikut menunjukkan pengunjung yang datang pada event musik di Indonesia pada tahun 2008.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung *Event* Musik Tahun 2008

<i>Event</i>	Jumlah Pengunjung (orang)
Java Jazz Festival	69.000
Jakjazz Festival	39.000
Soundrenaline Medan	15.000
Soulnation	10.000
Jakarta Rock Parade	500

Sumber: Modifikasi dari Whatzup.com, tempointeraktif.com, sinarharapan.com, cetak-kompas.com, mediaindonesia.com 1/12/2008

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung yang datang pada *event* musik Java Jazz Festival adalah 69.000 orang, disusul oleh Jakjazz Festival sebanyak 39.000 orang, Soundrenaline Medan adalah 15.000 orang, Soulnation sebanyak 10.000 orang dan Jakarta Rock Parade sebanyak 500 orang.

Persaingan yang semakin kompetitif membuat sejumlah perusahaan *event* organizer melakukan berbagai inovasi dalam menghasilkan produk jasanya. Segmentasi dalam *event* seperti *event* musik kini lebih terspesifik, seperti *event* musik jazz yang dalam pelaksanaannya selalu memperhatikan kepuasan pengunjung ketika proses berlangsung.

Hal yang lebih diutamakan dalam melakukan aktivitas produksi yang dilakukan *event organizer* adalah dengan memberikan segmen spesifik untuk kenyamanan pengunjung dalam memilih *event* mana yang ingin didatangi. Tabel

1.3 berikut memberikan informasi jumlah pengunjung yang datang pada *event* musik jazz tahun 2008.

TABEL 1.3
JUMLAH PENGUNJUNG *EVENT* MUSIK JAZZ TAHUN 2008

<i>Event</i>	Jumlah Pengunjung (orang)
Java Jazz Festival	69.000
Jakjazz Festival	39.000
Jazz Goes To Campus	20.000
Konser Diana Krall	3.000

Sumber: Modifikasi dari kapanlagi.com, pasarinfo.com, javajazzfestival.com, ahmadtaufik.blogspot.com 3/08/2008

Berdasarkan tabel 1.3 di atas Java Jazz Festival berada pada posisi paling tinggi yang memiliki pengunjung terbanyak dengan jumlah pengunjung sebanyak 69.000 orang. Jakjazz Festival berada di posisi kedua dengan jumlah pengunjung 39.000 orang, disusul oleh Jazz Goes To Campus memiliki jumlah pengunjung 20.000 orang dan diikuti oleh Konser Diana Krall dengan jumlah pengunjung sebanyak 3.000 orang.

Kelebihan utama bagi pelaku industri *event* adalah dengan meningkatkan kualitas dalam pengalaman pada saat acara berlangsung bahkan pada saat mencari informasi, melakukan transaksi, perjalanan menuju acara, saat acara berlangsung dan setelah acara berakhir. *Service convenience* menjadi strategi para pelaku bisnis ini untuk meraup keuntungan dari banyaknya pengunjung yang datang.

Pada tabel 1.4 berikut memberikan informasi jumlah penonton Jakjazz Festival pada tahun 2006, 2007 dan 2008, di mana pengunjung percaya untuk

kembali mengunjungi dan mendengarkan musik yang disajikan Jakjazz Festival (venuemagz.com).

TABEL 1.4
JUMLAH PENGUNJUNG JAKJAZZ FESTIVAL (2006-2008)

Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)
2006	35.000
2007	40.000
2008	39.000

Sumber: Modifikasi dari kapanlagi.com, korantempo.com, sinarharapan.com 1/12/2008

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, dapat dilihat jumlah pengunjung Jakjazz Festival pada tahun 2006 adalah 35.000 orang pada tahun 2007 adalah 40.000 orang, dan pada tahun 2008 adalah 39.000 orang. Pada tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi jumlah pengunjung yang tidak terlalu signifikan pada tahun 2006 hingga 2008.

Loyalitas pelanggan adalah hal yang selalu diharapkan oleh setiap pelaku bisnis, seberapa besar loyalitas pelanggan ditentukan oleh kenyamanan dan kenyataan yang sesuai bahkan lebih baik dari harapan pengunjung. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatkan efisiensi dan meningkatkan produktivitas karyawan (Anderson, et al., 1994, Anderson, et al., 1997; Anderson, et al., 2000 dalam Fandy Tjiptono (2006: 60)).

Perilaku masyarakat dengan mengunjungi *event* sebagai salah satu cara untuk memenuhi kepuasannya sangat dipengaruhi oleh keadaan situasi dan

kondisi pada saat *event* itu berlangsung. Pengunjung selalu mengharapkan hasil yang maksimal dari suatu konsumsi baik produk atau jasa, diantaranya berupa minimnya waktu atau usaha. Diperlukan adanya suatu pemenuh harapan yang akan berdampak pada konsumsi ulang terhadap suatu produk atau jasa. *Service convenience* adalah salah satu strategi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan berupa minimalisasi waktu dan usaha konsumen untuk mendapatkan manfaat yang pada akhirnya timbul kepuasan dan kepercayaan untuk kembali melakukan konsumsi suatu produk atau jasa yang sama. Suatu pengalaman dalam mengunjungi *event* akan memberikan kesan pada setiap individu yang berbeda baik dari segi kenyamanan, ekspektasi pada saat acara berlangsung, dan nilai dari *event* tersebut.

Semakin tingginya perhatian para pelaku industri *event* di Indonesia berarti semakin tinggi pula konsentrasi yang dilakukan untuk menghasilkan kualitas *event* yang terbaik demi kepuasan dan loyalitas pengunjung. Sedangkan loyalitas ada karena suatu harapan dapat terpenuhi atau hasil yang ada melebihi harapan. Ada lima jenis *service convenience* yaitu *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *postbenefit convenience*. Masing-masing tipe kenyamanan ini mencerminkan tahap-tahap aktivitas konsumen yang berkaitan dengan pembelian atau pemakaian sebuah jasa (Berry, et al; 2002)

Program *service convenience* yang dilakukan oleh pihak penyelenggara Jakjazz Festival yaitu:

1. *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan). Cara mendapatkan informasi oleh masyarakat dapat dilakukan dengan mudah yaitu melalui *media*

partner, situs internet, televisi dan pra pertunjukkan demi kemudahan masyarakat untuk mengambil keputusan pembelian tiket.

2. *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas). Lokasi yang ditentukan dalam penyelenggaraan *event* Jakjazz Festival ini cukup strategis yaitu di Istora Senayan Jakarta yang merupakan ibu kota.
3. *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi). *Ticket box* untuk melakukan transaksi diantaranya adalah *radio partners*, *online* dan melalui telepon.
4. *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat). Adalah kemudahan untuk menemukan artis yang sedang tampil yang sudah terdaftar dalam jadwal pertunjukkan.
5. *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat). Adalah kemudahan melakukan kontak untuk pertunjukan Jakjazz Festival di kemudian waktu, memberikan saran dan mengetahui informasi mengenai Jakjazz Festival atau *event* lain yang berhubungan dengan Jakjazz Festival melalui komunitas *online* yaitu Jakjazz Community

Beragamnya kegemaran masyarakat dalam menentukan *event* yang akan didatangi membuat *event organizer* bersaing dalam melakukan kegiatan produksinya. Strategi yang dilakukan adalah *service convenience* untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dalam berpengalaman pada saat acara berlangsung, seperti yang diterapkan oleh Jakjazz Production pada *event* musik jazz Jakjazz Festival yang memberikan *service convenience* berbeda dengan *event* lain.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas persaingan antara *event organizer* di Indonesia tidak hanya terbatas pada eksistensi dalam media

pemenuh kebutuhan akan hiburan tetapi juga nilai lebih yang diberikan untuk loyalitas pengunjung, yaitu *benefit convenience* khususnya dengan memberikan sarana dan prasarana yang lebih dari *event* lain. Oleh karena itu peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan judul

“Pengaruh *Service Convenience* Pada Jakjazz Festival Terhadap Loyalitas Pengunjung (Survei Di Komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan IT Jazz)”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang telah dirumuskan berkaitan dengan nilai lebih suatu *event* dalam memuaskan kebutuhan pengunjung. Meningkatnya *service convenience* khususnya yang berkaitan dengan *event* maka jumlah pengunjung akan mengalami pengurangan yang berimbas pada *event organizer* untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Banyaknya prospek pengunjung memberikan tantangan bagi para pemasar suatu *event* untuk memberikan nilai lebih dalam bidang pemasaran. Terbatasnya calon pengunjung dan ketatnya persaingan dalam industri *event* memaksa para pelakunya untuk memberi nilai lebih dalam kegiatan produksi dalam *customer convenience* agar bisa lebih menguasai pasar *event* yang berimbas pada loyalitas pengunjung.

Jakjazz Production memberikan nilai lebih dengan *event* Jakjazz Festival dalam hal *service convenience* dengan harapan akan menghasilkan loyalitas pengunjungnya. Salah satu cara mengukur loyalitas pelanggan adalah pembelian secara berulang yang mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah dapat disimpulkan tema sentral sebagai berikut.

Ketatnya persaingan dalam bisnis *event* mempengaruhi *event organizer* dalam meningkatkan *service convenience* untuk menunjang loyalitas pengunjung. Diduga perlu melakukan strategi *customer convenience* untuk menghasilkan loyalitas pengunjung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian di atas, selanjutnya dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran *service convenience* pada Jakjazz Festival.
2. Bagaimana tingkat loyalitas pada Jakjazz Festival.
3. Seberapa besar pengaruh *service convenience* terhadap loyalitas pengunjung Jakjazz Festival.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan gambaran *service convenience* pada Jakjazz Festival.
2. Mengetahui tingkat loyalitas pada Jakjazz Festival.
3. Mengetahui Seberapa besar pengaruh *service convenience* terhadap loyalitas pengunjung Jakjazz Festival.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi tambahan masukan bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran jasa mengenai *service convenience* dan loyalitas pengunjung bagi *event organizer*, khususnya *event organizer* musik yaitu Jakjazz Production.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis bagi pelaku *event organizer*, khususnya *event organizer* musik hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam menciptakan *blueprint of service convenience*.

Penelitian ini diharapkan juga sebagai informasi atau acuan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang *service convenience* karena masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diluar *service convenience*.