

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia pada saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu kegiatan yang sedang berkembang ialah kegiatan MICE yang merupakan kepanjangan dari *Meeting, Incentive, Conferences, dan Exhibiton*. Perkembangan MICE di Indonesia pada saat ini merupakan sesuatu hal yang menjanjikan bagi industri pariwisata. Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam MICE seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 pasal 14 ayat 1 Tentang Kepariwisataan.

Meskipun dalam MICE yang diselenggarakan untuk kepentingan pribadi, pelanggan juga tentu menginginkan nilai lebih dalam *eventnya*. Oleh karena itu, *Event Organizer* dalam mengelola sebuah *event* harus memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggannya. Jasa *event organizer* banyak dibutuhkan dan mulai berkembang dengan pesat di banyak negara termasuk Indonesia.

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang

menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi (Lovelock dan Wirtz).¹

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan merupakan pencapaian yang akan menjadi tolak ukur sebuah kualitas layanan produk maupun jasa. Penerapan kualitas layanan yang efektif juga dapat melebihi harapan pelanggan dan bisa memberikan citra yang baik bagi perusahaan.

Dinamika Media Promosindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Event Organizer*, yang sudah menyelenggarakan berbagai *event* MICE. Fungsi dari Dinamika Media Promosindo *Event Organizer* sendiri ialah menyediakan jasa untuk membantu menyusun, merancang, mempersiapkan, serta melaksanakan sebuah acara. *Event* yang diselenggarakan pun bervariasi seperti *meeting, corporate event, launch product, exhibition* yang berskala kecil maupun besar, dan sebagainya.

Dinamika Media Promosindo sudah menjalin kerja sama dengan banyak perusahaan besar seperti Kemnaker, Jaya Konstruksi, Mandiri, Bank DKI, Sinar Jaya, dan lain sebagainya. Adanya kerja sama yang baik dengan beberapa perusahaan ternama tersebut membuat DMP memiliki

¹ Pengertian Kepuasan Pelanggan, diakses di <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/48186/Chapter%2011.pdf;jsessionid=9E280793485C2D54E9C028D6A8159A77?sequence=4> pada 15 januari 2020 pukul 19.05 WIB

rating baik dalam sebuah *Event Organizer*. Meskipun demikian, DMP memiliki suatu tantangan tersendiri agar dapat mempertahankan pelayanan yang baik sehingga tetap dipercaya oleh perusahaan yang akan menjalin kerjasama. Salah satu tantangan tersebut adalah kemampuan DMP sebagai EO dalam menangani keluhan, baik keluhan yang berasal dari *client* maupun tamu.

Salah satu *event* yang diselenggarakan oleh Dinamika Media Promosindo ialah Indonesia International Outdoor Festival (IIOUTFEST) 2019 yang bekerja sama dengan PT. Magna Gagas Ideatama. *Event* tersebut sudah berjalan selama lima tahun dan sudah diselenggarakan selama tiga kali. *Event* IIOUTFEST 2019 adalah sebuah *event Exhibition* yang berkaitan dengan kegiatan olahraga di *outdoor*, selain itu juga terdapat Seminar, *Talkshow*, berbagai perlengkapan yang berhubungan dengan kegiatan *outdoor*, *food camp*, dan *music camp*. *Event* IIOUTFEST tahun ini diselenggarakan di Lapangan Aldiron, Pancoran, Jakarta Selatan pada tanggal 1 - 4 Agustus 2019.

Dalam penyelenggaraan *event* IIOUTFEST 2019 tersebut tidak terlepas dari adanya kegagalan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan, mulai dari hal kecil hingga besar. Kegagalan dalam memberi pelayanan merupakan pemicu terjadinya keluhan pelanggan. Terkadang keluhan yang disampaikan oleh pelanggan dapat menjadi sebuah motivasi untuk lebih baik lagi di kemudian hari. Namun disisi lain, keluhan tersebut juga dapat menurunkan citra DMP sebagai EO karena tidak jarang keluhan

tersebut disebarikan dalam cuitan di media sosial, kerabat, atau lingkungan sekitar. Keluhan pelanggan yang sudah disebarikan dan tidak tersampaikan kepada perusahaan tersebut merupakan hal yang seringkali menyebabkan penurunan citra perusahaan. Oleh karena itu, keluhan pelanggan merupakan hal yang harus ditangani dan ditanggapi dengan baik agar tetap dapat menjaga nama baik sebuah perusahaan.

Setiap industri jasa memiliki cara tersendiri dalam menangani keluhan pelanggan, tergantung pada jenis komplain yang dihadapi. Begitupula dengan cara DMP dalam menangani keluhan pelanggan pada saat pelaksanaan *event* IIOUTFEST 2019.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk membahas Tugas Akhir yang berjudul “*Prosedur Handling Complaint dalam Event Indonesia International Outdoor Festival (IIOUTFEST) 2019 oleh Dinamika Media Promosindo*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana prosedur *handling complaint* dalam Event Indonesia International Outdoor Festival (IIOUTFEST) 2019?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.3.1 Tujuan

Tujuan penulisan ini ialah untuk mengetahui prosedur, kendala, serta solusi dalam proses *handling complaint* oleh Dinamika Media Promosindo, khususnya dalam *event* Indonesia International Outdoor Festival (IIOUTFEST) 2019.

1.3.2 Manfaat Penulisan

Dalam penulisan ini terdapat beberapa manfaat, yaitu;

- A. Bagi Penulis, sebagai salah satu syarat kelulusan di Diploma Tiga (D3) Program Studi Perjalanan Wisata, Universitas Negeri Jakarta dan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).
- B. Bagi Perusahaan, untuk mengetahui kualitas kinerja perusahaan serta bermanfaat untuk pengembangan *event* selanjutnya khususnya dalam proses penanganan keluhan pelanggan di Dinamika Media Promosindo *event organizer*.
- C. Bagi Pembaca, sebagai referensi dan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagaimana alur kerja penanganan keluhan pelanggan.

1.4 Prosedur Pengambilan Data

Dalam Tugas Akhir ini, penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan melakukan pengumpulan data di sebuah perusahaan Dinamika Media Promosindo yang bertempat di Jl. Dr. Sahardjo No. 149

A, Tebet, Jakarta Selatan 12850. Waktu yang penulis butuhkan dalam melakukan penelitian adalah 4 bulan terhitung sejak 4 Maret – 5 Juli 2019.

1.4.1 Metode Pengumpulan Data

A. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.² Dalam mengumpulkan beberapa informasi, penulis melakukan wawancara kepada Bapak Tri Jaka Anggara selaku *Exhibitor Director*. Adapun data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain seperti hasil *observasi* lapangan, SOP handling complaint, penerapan handling complaint oleh tim pada saat IIOUTFEST 2019 berlangsung, serta dokumentasi *event* IIOUTFEST 2019.

B. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.³ Metode pengumpulan data yang dilakukan ialah melakukan studi literatur ke beberapa perpustakaan untuk melakukan pencarian referensi dan mengumpulkan data data untuk menjadi pembahasan dalam

² Pengertian data primer, diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB.III.pdf> pada 18 januari 2020 pukul 15.47 WIB

³ Ibid, hlm 34

tugas akhir ini, serta dengan membaca dan mempelajari buku buku serta jurnal. Data yang dibutuhkan antara lain adalah teori tentang prosedur penanganan keluhan pada sebuah *event*, profil perusahaan, profil IIOUTFEST, dll.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan Tugas Akhir ini terbagi menjadi empat bab yaitu sebagai berikut;

A. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bagian ini berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, prosedur pengambilan data, dan juga sistematika penulisan.

B. BAB II KERANGKA KONSEPTUAL

Pada bab ini menjelaskan teori dan landasan-landasan dari berbagai referensi yang berkaitan dengan topik Tugas Akhir ini. Teori-teori tersebut yang nantinya akan menjadi acuan dalam menganalisa pokok permasalahan. Selain itu, dalam bab ini juga membahas tentang profil perusahaan yang dijadikan tempat Praktik Kerja Lapangan penulis.

C. BAB III FOKUS BIDANG PEKERJAAN

Pada bab ini menjelaskan uraian tentang prosedur penanganan keluhan dalam *event* Indonesia International Outdoor Festival 2019 di Dinamika Media Promosindo *Event Organizer* dalam melayani pelanggan. Selain itu, pada bab ini juga membahas tentang kegiatan yang dilakukan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) di DMP EO,

serta dalam bab ini juga memaparkan kendala-kendala yang dihadapi selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di DMP EO khususnya dalam *event* IIOUTFEST 2019.

D. BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan mengenai pembahasan dan saran-saran yang dapat diberikan untuk seluruh pihak agar bisa bermanfaat untuk kedepannya.

E. DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini terdapat sumber referensi yang penulis gunakan selama penulisan Tugas Akhir ini berlangsung.

F. DAFTAR ISTILAH

Penjelasan dari berbagai istilah yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir.

G. DAFTAR LAMPIRAN

Terdiri dari berbagai informasi dan data yang diperoleh dari hasil observasi penulisan.

H. RIWAYAT HIDUP

Berisi riwayat hidup penulis.