

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan, terbentang dari Sabang sampai Merauke, yang tersusun dalam ribuan pulau besar dan kecil, yang terhubung oleh berbagai selat dan laut.

Saat ini pulau yang terdaftar dan berkoordinat berjumlah 13.466 pulau. Dilihat dari jumlah pulau tersebut maka negara Indonesia memiliki potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah serta seni dan budaya yang semua itu merupakan sumber daya dan modal yang besar bagi negara Indonesia dalam upaya meningkatkan pembangunan nasional berdasarkan (sumber:bakosurtanal.go.id).

Saat ini pemerintah Indonesia tengah menggiatkan pembangunan, salah satunya di sektor pariwisata. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengharumkan Indonesia dimata dunia.

Pariwisata menurut Pitana (2009:109) merupakan suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat, bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi dobrak yang luar biasa yang mampu membuat masyarakat setempat mengalami metamorfose dalam berbagai aspeknya.

Pariwisata merupakan wilayah kajian yang paling banyak mendapatkan perhatian dalam literatur, terutama dampak terhadap masyarakat lokal. Sektor pariwisata dapat meningkatkan perekonomian penduduk di daerah sekitar lokasi wisata, dan dapat berpengaruh terhadap sumber pendapatan negara yaitu melalui devisa, maka dari itu pentingnya bagi industri pariwisata Indonesia untuk meningkatkan kontribusinya pada produk wisata domestik karena hal ini berdampak banyak untuk pendapatan devisa yang diperoleh dari tiap turis asing yang berkunjung ke Indonesia.

Berdasarkan data dari (sumber:indonesia-investments.com) bahwa hasil yang diperoleh dari tiap turis yang menghabiskan rata-rata antara 1.100 dollar AS sampai dengan 1.200 dollar AS per-kunjungan, dan tidak hanya kunjungan tetapi dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi rakyat Indonesia.

Usaha ini dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data terakhir dari Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran

di negara ini mencapai 5,81% pada bulan Februari 2015. Diperkirakan bahwa hampir 9% dari total angkatan kerja nasional dipekerjakan di sektor pariwisata. Berdasarkan data tersebut, bahwa pariwisata berperan penting bagi perkembangan tenaga kerja nasional.

Industri pariwisata menurut Indrajaya (2015:82) memiliki berbagai sektor yaitu (1) perhotelan, (2) restoran, (3) kerajinan, (4) biro perjalanan udara dan darat, (5) kuliner (makanan), (6) penerjemah, dan (7) industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*).

Salah satu industri yang sedang berkembang pesat saat ini yaitu industri dibidang MICE. MICE menurut Kesrul (2004:3) adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibition*.

MICE merupakan suatu rangkaian kegiatan, dimana para pengusaha atau professional berkumpul pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan, atau kepentingan yang sama. MICE telah menjadi suatu sarana sekaligus produk yang dapat dikategorikan dalam paket-paket wisata yang siap dijual kepada asosiasi, organisasi, badan, lembaga, korporasi, dan perusahaan besar lainnya, baik dalam skala daerah, regional, nasional, dan maupun internasional.

MICE di Indonesia saat ini telah berpotensi besar dan merupakan salah satu produk unggulan milik pariwisata Indonesia yang tertuang dalam pasal 14 ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. MICE merupakan salah satu dunia bisnis yang menjanjikan, karena industri MICE memiliki potensi pertumbuhan positif seiring membaiknya perekonomian dan naiknya pendapatan masyarakat Indonesia.

Peningkatan dalam pembangunan industri MICE Menurut Indrajaya (2015:82) memiliki *multiplier effect* yang sangat besar karena melibatkan banyak pelaku bisnis, di antara pihak yang potensial mendapatkan keuntungan besar dari bisnis MICE yaitu percetakan, hotel, perusahaan *souvenir*, biro perjalanan wisata, transportasi, *professional conference organizer* (PCO), usaha kecil dan menengah (UKM), dan *event organizer*.

Melalui berbagai kegiatan MICE ini, rangkaian ekonomi yang dapat dicapai menjadi sangat berantai yang menguntungkan dan dapat dirasakan oleh banyak pihak. Alasan inilah yang menjadikan tingkat pertumbuhan

para pengusaha penyelenggara MICE bermunculan, sehingga industri MICE dianggap sebagai industri masa kini yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis.

Salah satu dari industri MICE yang tengah maju pesat saat ini yaitu wisata konvensi. Wisata konvensi (*convention*) merupakan bagian dari industri pariwisata MICE yang kini telah memberikan warna dalam kegiatan bisnis industri pariwisata Indonesia. Kegiatan konvensi sangat beragam dan memberikan kontribusi terhadap kegiatan pariwisata, yang sangat menonjol adalah identik dengan pemberian pelayanan (*services*). Perkembangan bisnis saat ini, telah tumbuh keinginan untuk menggabungkan unsur kegiatan wisata dengan kegiatan bisnis asosiasi atau korporasi. Tujuannya adalah memajukan manajemen asosiasi dan korporasi mengembangkan profesionalisme, meningkatkan kecanggihan pemasaran dan penjualan, mengembangkan jasa pelayanan, dan mencari peluang bisnis baru.

Menurut Indrajaya (2015:84) caranya dengan melalui penyelenggaraan atau berpartisipasi dalam berbagai jenis pertemuan seperti rapat (*meeting*), konvensi dan konferensi, pameran, *expo*, *trade fair*, seminar, lokakarya (*workshop*), pelatihan dan pendidikan (*training & education*), peluncuran produk baru (*product launching*), perjalanan *incentive*, dan pertemuan tersebut bisa dilaksanakan di suatu kota, *resort*, pantai, pegunungan yang memiliki tempat (*venue*) untuk kegiatan program-program tersebut, seperti pusat-pusat konferensi, balai sidang/balai kota, aula universitas, kapal pesiar, dan hotel berbintang 4 dan 5.

Terkait dalam perkembangan bisnis di Indonesia secara tidak langsung berdampak keseluruhan Provinsi yang memiliki potensi untuk penyelenggaraan kegiatan MICE yaitu salah satunya Sumatera Selatan. Pesatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat di Sumatera Selatan mengakibatkan permintaan akan banyaknya penyelenggaraan *events* harus terpenuhi. Pembangunan sarana ini dilatar belakangi oleh semakin pesatnya pertumbuhan usaha jasa pariwisata di Provinsi Sumatera Selatan, serta aksesibilitas dan stabilitas ekonomi yang semakin membaik sehingga Sumatera Selatan mulai dilirik pasar penyelenggaraan konferensi dan *events* mancanegara.

Berdasarkan (sumber:jpnn.com) dalam satu dekade terakhir Provinsi Sumatera Selatan menjadi salah satu lokasi favorit untuk menggelar *event* berskala besar, mulai dari pekan olahraga sampai dengan kejuaraan membaca Al-Quran diadakan ditanah Sriwijaya.

Sehubungan dengan telah banyaknya diselenggarakannya *event* internasional di Sumatera Selatan seperti *Sea Games* 2011, *Islamic Solidarity Games (ISG)* 2013, MTQ Internasional 2014, Musi *Triboatton (MTT)* yang diselenggarakan 5 kali sejak tahun 2012 hingga tahun 2016, dan akan di selenggarakannya pula *Asian Games* 2018 mendatang. Sehubungan diadakannya berbagai *events* tersebut dapat membuka lapangan kerja baru, tidak hanya menciptakan tenaga kerja musiman saja, tetapi juga telah menciptakan pekerjaan yang tetap bagi masyarakat.

Dalam menyikapi pemenuhan akan banyaknya penyelenggaraan *events* MICE tersebut, maka Sumatera Selatan khususnya Kota Palembang diperlukannya perusahaan yang bergerak dalam industri jasa *convention center*. Di Kota Palembang saat ini tengah mengalami pertumbuhan bisnis jasa *convention center* yang beragam. Pada kesempatan inilah kehadiran *Grand Atyasa Convention Center* dapat menjadi prospek yang baik. *Grand Atyasa Convention Center* hadir dengan mengusung konsep *luxury* dan satu-satunya bisnis *convention center* di Kota Palembang yang memiliki *services standard* hotel berbintang 4 dengan fokus sebagai tempat penyelenggaraan *event* MICE di Kota Palembang. Berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh para tamu ketika berkunjung di *Grand Atyasa Convention Center* yaitu tersedia *lounge standard* hotel bintang 4, *restaurant*, *cafe*, *restroom*, gedung ini memiliki 2 lantai yang dilengkapi dengan akses *escalator*, dan memiliki daya tampung hingga 3000 orang dalam satu *event*.

Menurut Manajer Operasional *Grand Atyasa Convention Center* memiliki berbagai tipe *function room* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti Topaz (1,2,3) khusus penyelenggaraan *private meeting*, *event* non formal, dan *wedding* skala kecil yang memiliki kapasitas 50-600 orang dengan sistem partisi/sambung pada ruang tersebut. Selain itu tersedia pula Ruby (1,2) yang khusus penyelenggaraan *event* seperti *gathering*,

birthday party yang memiliki kapasitas hingga 250 orang dalam satu *event*. Tipe lainnya yaitu Sapphire yang khusus untuk penyelenggaraan *private event* seperti *multi level marketing* (MLM) yang memiliki fokus ekstra pada konsumennya, *beauty class*, dan arisan pada tipe ini memiliki kapasitas hingga 100 *round table*. Tipe terakhir yaitu *Ballroom* yang merupakan *function room* khusus penyelenggaraan kegiatan MICE yang berdaya tampung hingga 2000 orang. Keunggulan yang dimiliki oleh *Grand Atyasa Convention Center* yaitu pada tiap *event* yang diselenggarakan dapat di *setting* secara *very important person* (VIP) tanpa mengganggu tamu lainnya dalam penyelenggaraan *event* di waktu yang sama. Pada setiap tipe *function room* di *Grand Atyasa Convention Center* dilengkapi dengan fasilitas seperti *air conditioner* (AC), *standard screen*, lcd proyektor, mic *wireless*, *reservation table*, *standard sound system*, *free wifi connection* selama *event* berlangsung, *layout* yang dapat di *setting* sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan terkhusus di *ballroom* memiliki *sound system* standar band yang mampu menampung daya sampai dengan 25.000 watt. Selain fasilitas yang ditawarkan tersebut, pelanggan juga diberikan kemudahan yaitu pada penyelenggaraan *meeting* dan *gathering* telah disediakan alat tulis kantor (ATK) seperti pena, pensil, *notepad*, dan *candy* sebagai penunjang *event* tersebut. Selain itu juga terdapat *services* gedung berupa lahan parkir yang luas dan mampu menampung hingga 450 mobil sekaligus, memiliki petugas keamanan yang terjamin, *services* prima untuk tiap tamunya, dan pastinya lokasi strategis di pusat Kota Palembang.

Dilihat dari fenomena masyarakat Kota Palembang saat ini, lebih cenderung memilih dan mempercayakan penyelenggaraan *event special* mereka pada industri jasa *Convention Center*. Salah satu perusahaan yang sering digunakan jasanya yaitu *Grand Atyasa Convention Center*. Hal ini dikarenakan fasilitas yang lengkap, kapasitas daya tampung yang luas, dan akses yang mudah dijangkau. Fasilitas-fasilitas tersebut diberikan kepada pelanggan dengan tujuan memberikan *services* prima dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para pelanggannya. Hal ini dapat dibuktikan dari

jumlah penyelenggaraan *event* di *Grand Atyasa Convention Center* sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Client di Grand Atyasa Convetion Center Tahun 2015-2016

No.	Jenis Penyelenggaraan Event	Jumlah Client Per-tahun	
		2015	2016
1.	<i>Meeting Government</i>	16	20
2.	<i>Meeting Corporate</i>	53	67
3.	<i>Graduation / Pendidikan</i>	27	40
4.	<i>Wedding</i>	17	23
Total		113	150

Sumber: Manajer Operasional *Grand Atyasa Convetion Center*

Dilihat dari Tabel 1.1 bahwa jumlah penyelenggaraan *event* di *Grand Atyasa Convetion Center* cukup beragam. Pihak manajemen perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya, agar mampu bersaing dengan perusahaan yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi. Mengingat bahwa persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama sangat ketat, maka perusahaan perlu menyusun strategi agar dapat unggul dan meningkatkan pangsa pasarnya. Sehingga konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain.

Pada perusahaan *Grand Atyasa Convetion Center* memiliki beberapa departemen yang merupakan bagian dari operasional perusahaan. Departemen yang berperan penting dalam memajukan perusahaan yaitu bagian *Sales And Marketing*. Dalam setiap perusahaan *Sales And Marketing* merupakan departemen yang bertanggung jawab terhadap strategi pemasaran dan pencapaian target perusahaan.

Bauran pemasaran menurut Kotler (2005:17) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Berdasarkan definisi tersebut bahwa bauran pemasaran adalah kombinasi beberapa elemen bauran pemasaran untuk memperoleh pasar, pangsa pasar yang lebih besar, posisi bersaing yang kuat, dan citra positif pada pelanggan. Sehingga dapat diartikan bahwa tujuan pemasaran adalah

untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan hasil penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan dan *stakeholder*.

Bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) merupakan elemen dasar pemasaran yaitu terdiri dari 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*).

Sistem pemasaran atau strategi yang diterapkan menurut Manajer Operasional pada *Grand Atyasa Convention Center* yaitu dengan menggunakan *Information and Technology (IT) Program, Data Base System, dan Agent Fee*. Selain dari strategi tersebut, bahwa faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan yaitu dengan mewujudkan visi dan misinya. Demikian pula dengan *Grand Atyasa Convention Center* sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penyedia *Jasa Convention*. Untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran produk jasanya dan meningkatkan pangsa pasar maka perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing yang menurut penulis sarankan yaitu menggunakan Metode SWOT.

Menurut Rangkuti (2016:20) SWOT merupakan suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dilakukan oleh perusahaan dalam penerapan sistem pemasarannya, maka dari analisis tersebut penulis mampu memberikan alternatif-alternatif strategi untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas Skripsi dengan mengangkat judul **“Analisis Strategi Pemasaran Bisnis *Convention Center* Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Perusahaan *Grand Atyasa Convention Center*)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

“Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan *Grand Atyasa Convention Center* dalam menghadapi pertumbuhan bisnis jasa *Convention Center* di Kota Palembang?”.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu tentang Strategi Pemasaran Bisnis *Convention Center* di Kota Palembang pada Perusahaan *Grand Atyasa Convention Center*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan Skripsi ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan terutama dari sisi strategi pemasarannya.
- b. Untuk mengetahui alternatif strategi yang tepat dalam upaya pengembangan pangsa pasar di *Grand Atyasa Convention Center*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

- a. Diharapkan menjadi bahan informasi yang berguna untuk memperkaya bacaan dalam strategi pemasaran pada bisnis MICE khususnya di Kota Palembang.
- b. Diharapkan sebagai salah satu bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen perusahaan, khususnya mengenai strategi pemasaran pada *Grand Atyasa Convention Center* dalam meningkatkan pangsa pasarnya melalui metode analisis SWOT.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini dimaksudkan untuk dapat memberikan sedikit gambaran mengenai isi Skripsi secara ringkas dan jelas, sehingga antara bab satu dengan bab lain akan saling berhubungan. Adapun perincian sistematika penyusunan sebagai berikut:

- BAB I : Merupakan bab pendahuluan yang memaparkan secara singkat tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Merupakan bab landasan teori yang memuat tentang teori-teori yang mendukung pemecahan masalah, seperti pengertian pariwisata, pengertian MICE, bentuk kegiatan MICE, pengertian pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran, analisis SWOT, penelitian terdahulu, serta kerangka konseptual penelitian.
- BAB III : Merupakan bab metodologi penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- BAB IV : Merupakan bab pembahasan tentang Analisis SWOT.
- BAB V : Dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan memberikan saran mengenai pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV.