

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumatera Selatan merupakan provinsi yang berkembang di pulau Sumatera, Palembang merupakan ibu kota Sumatera Selatan, dimana kegiatan industri, ekonomi, perdagangan dan niaga berkembang baik di Sumatera Selatan. Pada zaman modern ini banyak kebutuhan dan permintaan masyarakat baik dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier, hal ini sudah menjadi fenomena ditengah makhluk sosial. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan diselenggarakannya event di Sumatera Selatan, event pameran di Selatan ini menjadi pusat perhatian bagi masyarakat dan menjadi salah satu pengukur tingkat kemajuan masyarakat.

Di Sumatera Selatan telah banyak event-event yang sudah berlangsung, dan menjadi salah satu strategi promosi bagi perusahaan-perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya, memperkenalkan produk dan jasa terbaru sebagai bentuk kesinambungan produk dan jasa yang dikeluarkan perusahaan. Selain menjadi media promosi pameran juga dapat dijadikan sebagai media menjaga image dari produk dan jasa yang ditawarkan.

kegiatan pameran merupakan salah satu cara atau media penyebaran informasi, pengenalan sekaligus pemasaran produk, baik bentuk gagasan maupun barang. Kegiatan pameran dapat dibedakan menjadi 2(dua) klasifikasi jenis pameran yaitu pameran industri dan pameran perdagangan (Argarini, 2008:1).

Pameran industri merupakan kegiatan dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan dalam pembuatan alat-alat dan produk-produk tertentu yang akan dipasarkan hasil karyanya di umum ataupun perusahaan yang berminat untuk membelinya. Pada pameran industri ini target pasarnya ditujukan untuk kalangan bisnis(*Business To Business*). Sedangkan yang dimaksud dengan pameran dagang merupakan kegiatan pameran untuk berdagang. Dimana pembeli datang dan berkunjung ke pameran ini untuk membeli produk demi kebutuhan sendiri ataupun untuk diperjual belikan kembali dalam jumlah banyak (Argarini 2008:2).

Daya saing antara penyelenggara event professional di Sumatera Selatan semakin tinggi. Setiap penyelenggaraan pameran berusaha memberikan yang terbaik dan berbeda dari yang sebelumnya agar masyarakat semakin antusias terhadap event yang diselenggarakan. kesuksesan suatu event dapat diukur dari 3 (tiga) elemen yaitu event organizer, peserta pameran dan pengunjung.

Penyelenggaraan event tidak terlepas dari Jasa *Event Organizer*, *Event Organizer* (EO) yang khusus menangani kegiatan pameran adalah *Professional Exhibition Organizer* (PEO) yang menyelenggarakan dan mengorganisir semua mulai dari konsep pameran, tempat penyelenggaraan pameran, sponsor yang sesuai dengan event dan penjualan stand pameran. Selain itu, penyelenggaraan event jumlah peserta yang sesuai dengan target pameran merupakan salah satu kunci kesuksesan sebuah event. Keikutsertaan peserta dalam suatu event tidak lepas dari promosi yang dilakukan perusahaan untuk menarik minat peserta untuk mengikuti event yang akan diselenggarakan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dalam memasarkan produk jasa (Lupiyoadi,2013:178). Kegiatan promosi harus *efektif dan efisien* dalam setiap penyelenggaraan *event* agar dapat menarik perhatian calon peserta pameran untuk ikut berpartisipasi dan juga untuk menarik pengunjung yang akan datang ke suatu event, karena perlu disadari bahwa strategi promosi merupakan aspek penting dalam melaksanakan event. Adapun tujuan dari kegiatan promosi adalah mengingatkan, menginformasikan dan membujuk konsumen untuk mengikuti suatu event (Argarini, 2008:26).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa event organizer adalah PT Garindo Media Tama. PT Garindo Media Tama berdiri sejak tahun 2012, PT Garindo Media Tama adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan pameran Sumatera Selatan *Expo* yang terhitung sejak tahun 2012 sampai sekarang. Sumatera Selatan *Expo* merupakan *event* terbesar yang ada diprovinsi Sumatera Selatan. Dimana kegiatan pameran ini bertujuan untuk

mempertemukan produsen dengan calon konsumen yang berada di Sumatera Selatan maupun diluar provinsi Sumatera Selatan.

Event Sumatera Selatan Expo adalah kegiatan pameran perdagangan, industri dan pariwisata yang melibatkan instansi pemerintah, BUMN, BUMD, perusahaan swasta baik nasional maupun lokal juga melibatkan usaha kecil dan menengah untuk mempromosikan barang dan jasa yang mereka miliki. Sumatera Selatan *Expo* ini di selenggarakan setiap tahun dalam rangka menyambut hari ulang tahunnya provinsi Sumatera Selatan. Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah peserta yang mengikuti Sumatera Selatan *Expo* pada PT Garindo Media Tama dalam tiga tahun terakhir.

Tabel 4.1
Jumlah peserta sumatera selatan expo
Tahun 2014-2016

Tahun	Jumlah peserta
2014	200
2015	185
2016	180

Sumber : data PT Garindo Media Tama

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, menunjukan bahwa jumlah peserta Sumatera Selatan *Expo* selama 3 tahun terakhir (2014-2016) jumlah peserta yang mengikuti Sumatera Selatan *Expo* pada PT Garindo Media Tama mengalami penurunan setiap tahunnya, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan strategi promosi yang dilakukan untuk menarik minat peserta dalam mengikuti Sumatera Selatan *Expo* untuk tahun-tahun selanjutnya. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik mengambil skripsi berjudul “**Strategi Promosi PT Garindo Media Tama untuk meningkatkan jumlah peserta pada Event Sumatera Selatan Expo**”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam peneliti adalah Bagaimanakah Strategi promosi PT Garindo Media Tama untuk meningkatkan jumlah peserta pada Event Sumatera Selatan *Expo*.

1.3 Batasan Masalah

Penulis menetapkan batasan masalah pada strategi promosi PT Garindo Media Tama untuk meningkatkan jumlah peserta pada event Sumatera Selatan *Expo*.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi promosi PT Garindo Media Tama untuk meningkatkan jumlah peserta pada event Sumatera Selatan *Expo*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian mengenai pameran Sumatera Selatan *Expo* ini diharapkan menjadi dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dan menjadi dasar dalam meningkatkan kualitas strategi pemasaran, konsep acara dan peserta pada pameran Sumatera Selatan *Expo* selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk menambah referensi dan pustaka bagi penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan *MICE* yang khususnya dibidang *exhibition* atau pameran dan promosi *event* didalam lingkup praktisi maupun umum.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk dapat memberikan sedikit gambaran mengenai skripsi secara ringkas dan jelas, sehingga antara bab lain akan saling berhubungan. Adapun sistematika penulisan penyusunan skripsi sebagai berikut:

BAB I - Pendahuluan

Pada bab ini penulis akan menggambarkan mengenai analisis dan penulisan yang akan dilakukan :

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II - Landasan Teori

Pada penulisan skripsi, penulis menggunakan teori yang dijadikan pedoman dalam analisa, adapun landasan teori yang digunakan yaitu:

- 2.1 Strategi
- 2.2 Promosi
- 2.3 Strategi Promosi
- 2.4 Event dan Pameran
- 2.5 Peneltian Terdahulu

BAB III - Metodologi Penelitian

Pada metode penelitian ini menguraikan pemikiran tentang strategi promosi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun metodologi yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

- 3.1 Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Jenis dan Sumber Data
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Teknik Analisis Data

BAB IV - Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini penulis memberikan gambaran secara umum mengenai perusahaan dan hal yang berhubungan dengan permasalahan.

4.1 Gambaran umum perusahaan

4.2 Strategi Promosi Event Sumatera Selatan Expo

4.3 Analisis strategi promosi PT Garindo Media Tama

BAB V - Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan saran-saran yang mungkin dapat dijadikan masukan mengenai analisis strategi promosi pada kegiatan pameran Sumatera Selatan *Expo*.

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran