

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Event merupakan bagian dari kegiatan pariwisata di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kementerian Pariwisata, 2018) terdapat 100 *event* yang sudah dan akan di gelar pada 34 provinsi di Indonesia yang termasuk ke dalam agenda *Wonderfull Indonesia 2018*. 5 dari 100 *event* tersebut akan di gelar di Provinsi DKI Jakarta. Salah satu *event* itu adalah Jakarta Fashion Food Festival atau JFFF.

Jakarta Fashion Food Festival atau JFFF merupakan event tahunan hasil kerjasama PT. Summarecon Agung Tbk dengan pemerintahan Provinsi DKI Jakarta melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta yang menampilkan ragam kekayaan budaya Indonesia khususnya di bidang fashion & kuliner yang dikemas dalam rangkaian acara yang menarik. JFFF ini sudah berlangsung selama 2004.

Fashion Festival (jfff.info, 2017) merupakan pameran busana Indonesia dengan tema *Fashion Village*. Di area *fashion village*, terdapat lebih dari 90 booth menghadirkan ragam koleksi busana terbaru desainer ternama Indonesia, pilihan kain nusantara, koleksi busana ready to wear, hingga produk aksesoris kualitas terbaik dari usaha kecil menengah (UKM), Dekranasda, sekolah mode, hingga merek lokal.

Food Festival (jfff.info, 2017) merupakan bazaar makanan Indonesia yang memiliki konsep Kampong Tempoe Doeloe (KTD). Pada bazaar makanan ini, pengunjung dapat menikmati beragam kuliner dalam Food Festival dengan keunikan tema dekorasinya., diikuti oleh 100 peserta UKM maupun pengusaha kuliner, sehingga menghasilkan lebih dari 200 ragam menu Nusantara.

Event ini tidak mengkotak-kotakan atau membeda-bedakan para pengunjungnya, pengunjungnya wajib mendapatkan kualitas dan pelayanan yang

terbaik agar pengunjung pun puas dan menikmati petualangan kuliner dan ragam koleksi busana desainer. Dan mengembangkan event ini dikenal sebagai konseptor dan penggerak di Jakarta yang melibatkan desainer ternama dan pengusaha kuliner.

Adanya persaingan dari event sejenis ini tidak dapat di hindari, dalam hal mengembangkan produknya termasuk juga dalam promosi. Perusahaan yang kurang aktif melakukan promosinya tentunya akan kalah dalam hal mempengaruhi pengunjungnya. Sebagian besar pengunjung yang mengetahui event Jakarta Fashion and Food Festival ini beranggapan bahwa event ini merupakan event besar yang di adakan di Summarecon Mal Kelapa Gading.

Promosi sebagai salah satu cakupan bauran pemasaran yang penting dalam memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan juga sebagai informasi kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Promosi merupakan suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli dan loyal pada produknya yang ditawarkan perusahaan.

Dapat dikatakan bahwa promosi itu merupakan intisari dan ujung tombak dari pemasaran, terutama pada zaman sekarang dimana persaingan semakin keras. Kebijakan dalam melakukan kegiatan promosi berbeda pada setiap perusahaan, variabel promosi yang terdiri dari periklanan (*advertising*), publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Setiap perusahaan dapat menggunakan salah satu variabel tersebut atau kombinasinya, yang dikoordinir dengan strategi produk, harga, dan distribusi yang ditunjukkan untuk mencapai pasar. Promosi suatu barang atau jasa dapat menentukan berhasil atau tidaknya suatu kegiatan penjualan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan promosi yang efektif dan terarah memerlukan biaya yang cukup besar, karena menggunakan beberapa metode promosi di dalam melaksanakan kegiatannya.

Bagi suatu event besar seperti *Jakarta Fashion and Food Festival* (JFFF) Summarecon Mal Kelapa Gading ini, harus melakukan kegiatan promosi guna menarik minat pengunjung untuk membeli produk yang dijual.

selain kegiatan promosi perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik agar pengunjung merasa dimanjakan dengan beragam koleksi busana desainer ternama Indonesia dan pengunjung dapat menikmati petualangan kuliner dalam Food Festival dengan keunikan tema dekorasinya.

Penyelenggaraan JFFF sendiri didukung oleh pemerintah provinsi DKI Jakarta. Seperti yang disampaikan oleh Anies Baswedan (beritasatu.com, 2018) sebagai Gubernur Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang menyebutkan Pemprov DKI Jakarta berkomitmen untuk mendukung kegiatan-kegiatan pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan pihak swasta khususnya yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya (kontan.co.id, 2018) gelaran JFFF 2018 ini menjadi ajang ini akan mampu menggairahkan wisata bidang fashion dan kuliner yang saat ini masih begitu diminati. Lebih lanjut, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia sedang bagus. Oleh karena itu, melalui event ini diharapkan dapat mampu mendorong kunjungan wisatawan mancanegara dengan ditampilkannya aneka kuliner unggulan dari sejumlah daerah di Indonesia

Selain itu, Esti Reko Astuti (beritasatu.com,2018) selaku Staf Ahli Kementerian Pariwisata Bidang Multikultural menyatakan bahwa JFFF merupakan salah satu perhelatan unggulan 'Wonderful Indonesia' dan selalu mengalami peningkatan omset. Selanjutnya, DKI Jakarta disebutkannya menjadi penarik wisatawan mancanegara kedua setelah Bali dengan unggul Kota Tua & Pulau Seribu serta pengembangan wisata halal.

Dari kemungkinan-kemungkinan keuntungan dari mengikuti event JFFF Mal Kelapa Gading, membuat adanya minat dari penyewa lahan atau tenant tertarik untuk mengikuti event tersebut. Pada tahun 2018 menurut Bekraf (traveling.bisnis.com,2018) akan mengusung tema kuliner Soto Nusantara yang

ditujukan untuk mempromosikan soto khas Indonesia. Menurut Tommy sebagai *Chairman JFFF 2018* (traveling.bisnis.com,2018) selain terdapat ragam soto khas nusantara yang kemudian akan dilombakan, akan terdapat Wine & Cheese Expo serta beragam jenis makanan khas dari berbagai daerah di Indonesia seperti kerak telur, mie aceh, lumpia semarang, dan lain-lain yang bisa dinikmati di acara ini. Selain itu, Kurang lebih terdapat 100 tenant yang bergabung pada event JFFF 2018 yang ditambah ktenant-tenant dari sponsor kita dari Gojek. Menurut Priscilla Stevani sebagai Pedagang Soto Padang Sutan Mangkuto (traveling.bisnis.com,2018) mendapatkan manfaat dari keikutsertaannya dalam acara ini. Keikutsertaannya pada acara ini secara nggak langsung membuat nama Soto H. Mangkuto ini jadi makin terkenal, sehingga menambah banyak yang langganan. Pada bagian *fashion* pada event JFFF 2018 menghadirkan koleksi karya brand lokal, Lakon Indonesia serta menampilkan kebaya Kinasih dari produsen kain Batik Sida Mukti.

Berdasarkan alasan tersebut serta perlunya diadakan pelaksanaan kegiatan promosi dan minatnya maka penulis dalam menyusun skripsi ini memberi judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Penyewa Pada JFFF Mal Kelapa Gading”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan permasalahan penelitian diatas adalah:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Penyewa pada event JFFF Mal Kelapa Gading?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Penyewa pada event JFFF Mal Kelapa Gading?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Penyewa pada event JFFF Mal Kelapa Gading?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui besaran pengaruh promosi terhadap minat penyewa pada event JFFF Mal Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas layanan terhadap minat penyewa pada event JFFF Mal Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui besaran pengaruh harga terhadap minat penyewa pada event JFFF Mal Kelapa Gading.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, menambah dan memperluas pengetahuan dalam hal mendalami dan memberikan pendapat tentang Pengaruh Promosi Terhadap Minat Penyewa pada JFFF Mal Kelapa Gading. Dan penulisan skripsi bagi penulis yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Indonesia” (STEI).
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan yang berguna pada JFFF Mal Kelapa Gading dalam memutuskan kebijakan-kebijakannya dimasa yang akan datang, Khususnya dalam menetapkan bauran pemasaran terhadap produk yang dihasilkan dan menjaga kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen.
3. Bagi pembaca, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk meneliti masalah yang sama dengan penelitian ini maupun yang berkaitan dengan masalah ini.