

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini Indonesia telah memberikan dan memiliki kontribusi yang sangat besar dalam kondisi perkembangan bisnis di bidang jasa. Dapat dilihat dari argument Mantan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu, yang mengatakan bahwa,

“Industri jasa memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Yaitu dapat berkontribusi di dalam peningkatan PDB nasional, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan. Dalam hal ini Sektor industri jasa, berkontribusi meningkatkan PDB nasional dari 45 persen di tahun 2010 menjadi 55 persen di tahun 2012. Selain itu, sektor industri jasa mampu menciptakan 21,7 juta lapangan pekerjaan dalam kurun waktu 2000-2010”.¹

Dapat disimpulkan dari pendapat Mari Elka Pangestu bahwa usaha di bidang jasa khususnya pariwisata dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan ekonomi bangsa dan mengurangi pengangguran di Indonesia. Meski begitu, masih terdapat sejumlah kendala dalam pengembangan sektor industri jasa ini. Salah satunya, masih lemahnya daya saing pelaku industri jasa di Indonesia karena adanya kebijakan dan regulasi yang membatasi kesempatan pertumbuhan industri jasa. Indonesia memiliki beberapa sector industry jasa salah satunya adalah jenis usaha jasa Pertemuan, Perjalanan, Insentif, Konferensi, dan Pameran (MICE) serta usaha jasa Penyelenggaraan *Event* khusus, yang dapat turut menggerakkan seluruh usaha jasa pariwisata.

MICE (*Meetings, Incentives, Conference and Exhibitions*) dapat di artikan sebagai usaha jasa Konvensi, Perjalanan insentif dan Pameran dalam suatu rangkaian kegiatan pelayanan bagi pertemuan atau berkumpulnya

¹ Ika, 15 April 2016. Industri jasa berpotensi besar terhadap peningkatan ekonomi. www.ugm.ac.id/id. Diakses pada tanggal 24/01/2018.

sekelompok orang-orang (negarawan, usahawan, cendikiawan, publik, dan sebagainya) pada suatu tempat yang terencana oleh suatu permasalahan,² pembahasan atau kepentingan Bersama hal tersebut adalah bagian integral dari usaha jasa pariwisata. Kesan umum terhadap pariwisata dari berbagai kalangan, semula masih banyak yang lebih terpaku dan menyurutinya sebagai nilai rekreasi dan kesenangan, namun dengan adanya konsep MICE dalam dunia pariwisata maka merubah paradigma atau pendapat lama dan menumbuhkan pemikiran dimana wisata MICE merupakan penggerak roda industri di banyak sektor usaha. Hal tersebut yang menyebabkan MICE dikenal di mancanegara sebagai peluang bisnis yang sangat positif dan berprospek besar dalam pembangunan negara dan juga masyarakat.

Di Indonesia prospek MICE setiap tahunnya semakin membaik. Trend kegiatan MICE domestik juga menunjukkan perkembangan yang mengembirakan, tidak saja dilakukan oleh pelaku bisnis, asosiasi dan dunia pendidikan, tetapi juga pemerintah dan partai-partai politik, baik skala nasional dan internasional hal ini disebutkan dalam warta ekspor kementerian perdagangan Republik Indonesia.

Tabel 1.1

Perkembangan pertemuan di negara ASEAN

Jumlah Pertemuan di negara-negara ASEAN

Peringkat	Negara	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Trend
25	Singapore	49	66	76	99	114	130	135	131	123	136	11,07
29	Malaysia	54	66	64	80	65	102	109	109	108	119	9,25
35	Thailand	47	72	88	110	101	103	118	112	114	88	6,44
39	Indonesia	24	30	22	27	41	49	51	51	37	64	10,57
54	Vietnam	11	9	16	18	29	28	32	42	34	29	16,04
58	Philippines	31	23	38	22	33	44	39	42	36	27	2,70

Sumber: ICCA Statistics Report

Sumber : ICCA Statistik Report

Perkembangan di bidang jasa tidak terlepas dari berbagai perubahan faktor lingkungan yang menjadi trigger factors, diantaranya adalah meningkatnya kebutuhan, keinginan bahkan harapan pelanggan

² Pendit S, Nyoman.1999 :25, Wisata Konvesi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

menginginkan jasa yang dapat memberikan solusi (*problem solving*).³ Jika perusahaan dapat memenuhi segala yang diharapkan dan sesuai dengan ketentuan yang diminta oleh klien, maka klien akan mau membayar dengan harga sesuai yang tentunya berdampak pada peningkatan profit. Karena hal tersebut industri jasa yang berkembang saat ini, membuat pihak penyelenggara suatu kegiatan berlomba-lomba untuk dapat membuat konsep kreatif, pemilihan budget yang sesuai, venue yang menarik dan hal lainnya dalam mewujudkan *event* yang sukses dan nantinya akan ditawarkan kepada pihak perusahaan calon klien. Proses tersebut nantinya akan menentukan perusahaan event mana yang akan mendapatkan event tersebut. Salah satu perusahaan jasa yang berkembang pada bidang *PCO* (*Professional Conference Organizer*) khususnya *MICE* (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) yaitu PT. ROYALINDO EXPODUTA sudah memberikan kontribusinya sejak tahun 1989.

Gambar 1.1

Logo Royalindo



Sumber: PT ROYALINDO EXPODUTA

Untuk menghadapi persaingan dengan kompetitor setiap perusahaan tentunya mempunyai strategi dalam mewujudkan konsep dan *event* yang sesuai dengan harapan klien, di dalam perusahaan khususnya departemen *sales and marketing* akan melakukan beberapa *tahap* untuk memenangkan klien tersebut. Proses atau strategi yang akan dilakukan *sales and marketing* dapat diawali dengan proses *Aanuwizing* yang artinya proses dimana klien dan perusahaan PCO berkenalan dan menyampaikan persyaratan apa saja yang ada dalam ketentuan dokumen yang harus disiapkan pada saat tahap selanjutnya. Tahap selanjutnya yaitu *pitching*.

Secara garis besar, *pitching* adalah hal hal yang merujuk pada kegiatan fisik yang menunjukkan ide ide konsep penjualan atau konsep event yang

³ Rambat, Lupiyoadi, M.E. Dinamika bisnis jasa dan pentingnya pemasaran jasa, www.repository.ut.ac.id . Di akses pada tanggal 24/01/2018

ingin dijalankan dan hal lainnya kepada klien.⁴ Kegiatan ini merupakan proses yang kompetitif dan menjadi peluang untuk mempromosikan ide-ide PCO secara verbal atau visual kepada klien. Dengan adanya proses *pitching* maka perusahaan calon klien dapat mengenal sebuah perusahaan PCO dan mengetahui kelebihan dari perusahaan tersebut. Proses *pitching* pun dapat dijadikan sebagai proses negosiasi yang menentukan PCO tersebut menang tender atau tidak. Jika tidak ada *pitching* maka suatu perusahaan PCO tidak akan mendapatkan *project event* dan karyawan pun tidak melakukan pekerjaan apa-apa, dampak yang lebih besar perusahaan akan bangkrut atau gulung tikar dan tidak berkembang serta dikenal oleh perusahaan lainnya.

Berikut adalah beberapa event yang didapatkan oleh team *sales and marketing* dua tahun terakhir:

Tabel 1.2

Event Royalindo dua tahun terakhir oleh *sales and marketing*

Event	Proses	Win/Lose
Badan Keamanan Laut RI	<i>Pitching</i>	<i>Win</i>
Exim Bank	<i>Pitching</i>	<i>Lose</i>
Samsung	<i>Pitching</i>	<i>Lose</i>
Yamaha	<i>Pitching</i>	<i>Lose</i>
Kriyanusa	Penunjukan Langsung	<i>Win</i>
PT. Timah anniversary	<i>Pitching</i>	<i>Win</i>
ANTAM	<i>Pitching</i>	<i>Lose</i>
Hutama Karya "Tol Aceh"	<i>Pitching</i>	<i>Lose</i>
BNI DIGIMUDIK	<i>Pitching</i>	<i>Lose</i>
PRA ASEAN GAMES	<i>Pitching</i>	<i>Win</i>
PORSENI BUMN	<i>Pitching</i>	<i>Win</i>
BKN	<i>Pitching</i>	<i>Win</i>

Sumber: PT.Royalindo expoduta

Data diolah oleh penulis.

Dapat dilihat dari permasalahan tersebut, maka dari itu dalam tugas akhir ini penulis mengambil judul *Pitching Goals oleh Professional*

⁴ Berridge, G 2010. International journal of hospitality management. *Event pitching: The role of design creativity*, 29 (208-215).

Conference Organizer di bidang MICE (Meeting, Incentive, conference, and exhibiton) oleh PT. ROYALINDO EXPODUTA.

1.2 Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan pada uraian dalam latar belakang, permasalahan yang akan diangkat dalam analisis ini adalah Factor apa saja yang perlu diperhatikan dalam *pitching* pada PT. Royalindo Expoduta?. Sedangkan batasan masalah dalam penelitian ini hanya mencakup Penelitian yang difokuskan untuk membahas mengenai apa yang ada dalam faktor *pitching* PCO MICE yang berlangsung pada periode bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2018.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor apa saja yang di perhatikan dalam *pitching* pada PT. Royalindo Expoduta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat melakukan laporan magang ini sebagai berikut :

- Bagi Perusahaan
Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat membuaat perencanaan kedepannya yang lebih baik dalam melakukan tahapan proses *Pitching* di bidang PCO/MICE.
- Bagi Akademik
Memberikan sumbangsih solusi dari masalah yang ingin dicari pada penelitian yang dilakukan, dan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber untuk kepentingan kegiatan penelitian yang terkait dimasa yang akan datang.

- **Bagi Pembaca**
Sebagai penambah wawasan dalam pemasaran jasa khususnya pada bidang event PCO/MICE.

- **Bagi Penulis**
Penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat selama masa perkuliahan ke dunia kerja. Peneliti juga dapat mengetahui seberapa jauh pengetahuan penulis dalam memahami dan menganalisa permasalahan yang dihadapi yang berkaitan dengan *Pitching* atau teknik negosiasi.