

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Industri *Event Organizer* telah tumbuh pesat dalam berapa tahun terakhir, semakin banyak yang menggunakan jasa *Event Organizer* dalam pandangan konsumen dengan adanya *Event Organizer* sangat membantu sesuai dengan permintaan yang diminta oleh seseorang konsumen dari *Event Organizer*, bisnis *Event Organizer* merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa, *Event Organizer* (EO) merupakan penyedia jasa organisasi profesional dimana didalamnya terdapat sekumpulan orang-orang yang menyelenggarakan sebuah acara yang dimana didalamnya terdapat banyak pembagian tugas dalam tiap anggota *Event Organizer* terdiri dari sekumpulan orang yang memiliki pembagian tugas jelas, yaitu menyelenggarakan acara sesuai kebutuhan klien mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca acara.

Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* (YIMM) atau PT. Yamaha adalah salah satu perusahaan manufaktur penyedia alat transportasi roda dua yang cukup eksis di Indonesia dengan berbagai macam tipe produk dan segala keunggulannya, sampai saat ini PT. Yamaha mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang begitu ketat, hal tersebut tidak luput dari berbagai strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk merebut hati konsumen (Maharani et al., 2020).

*Event Organizer* adalah jenis bisnis baru, kebangkitan perekonomian dan bisnis pertunjukan Indonesia setelah krisis keuangan tahun 1997 bertepatan dengan perluasan industri perencanaan acara, sejak didirikannya pameran expo untuk memamerkan produk, banyak perusahaan telah membentuk departemen terpisah untuk mengelola seluruh aktivitas perusahaan, namun sejak krisis ekonomi tahun 1990-an hingga awal tahun 2000-an, divisi ini dalam beberapa kasus tidak dapat memenuhi kewajibannya dan perusahaan menutup divisi tersebut. Sebaliknya, perusahaan menggunakan perencana pihak ketiga untuk mengelola operasi perusahaan, namun eksistensi industri *Event Organizer* di Indonesia tidak dapat dipungkiri terbukti dengan banyaknya perusahaan *Event Organizer* yang beroperasi di kota-kota besar di Indonesia, khususnya Kota Jambi yang merupakan salah satu kota dengan jumlah perusahaan *Event Organizer* terbanyak.

Diera persaingan bisnis saat ini, industri pesaing *Event Organizer* di Kota Jambi berlomba-lomba menampilkan hasil kerja perusahaannya dengan sebaik mungkin, secara etimologis (Asal Usul dan Sejarah Kata) "*Event*" berarti acara, sedangkan "*organizer*" berarti pengatur, sehingga *Event Organizer* dapat diartikan sebagai organisasi atau tim yang mengatur jalannya sebuah acara agar tujuan acara tersebut tercapai dengan baik. *Event Organizer* berperan penting dalam berbagai jenis *event* seperti peluncuran produk, konser music, pameran, hingga acara perusahaan dan perayaan khusus, PT. Jambi *Event Organizer* sebagai pihak yang dipercaya Yamaha dalam menyelenggarakan *event* di Jambi, memegang tanggung jawab besar dalam mengelola seluruh aspek kegiatan dari perencanaan, promosi, hingga pelaksanaan sales di lapangan, telah membuktikan kemampuannya dalam mengemas *event* dengan konsep yang menarik, interaktif, dan relevan

Minat pembelian konsumen pada *event* Yamaha sangat dipengaruhi oleh *event marketing* yang diselenggarakan oleh Yamaha, *event marketing* memberikan kesempatan bagi konsumen untuk berinteraksi langsung oleh tim sales untuk melihat produk Yamaha sehingga yang didapat dari *event* tersebut meningkatkan minat pembelian konsumen, selain *event marketing* faktor lain seperti promosi penjualan dan pengetahuan merek juga berpengaruh terhadap minat beli sepeda motor Yamaha kolaborasi ini dilakukan agar *event* yang dihasilkan tidak hanya memenuhi aspek teknis, tetapi juga memiliki daya tarik minat pembelian konsumen, semakin tinggi minat konsumen terhadap suatu produk maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya transaksi pembelian, namun menumbuhkan minat konsumen bukanlah hal yang mudah dibutuhkan pendekatan yang kreatif dan inovatif (Bilondatu, M. 2013). Adanya loyalitas konsumen menyebabkan perusahaan akan memperoleh tingkat penjualan yang tetap karena mereka tidak lagi melirik merek lain, konsumen yang loyal merupakan asset yang berarti bagi perusahaan (Lindawaty & Syawaluddin, 2022).

PT. Jambi *Event Organizer* telah membuktikan dalam mengemas *event* dengan konsep yang menarik, interaktif, dan relevan. Dalam pelaksanaan *event* promosi produk Yamaha, PT. Jambi *Event Organizer* tidak hanya menampilkan produk motor secara statis (hanya di pajang) tetapi juga menghadirkan aktivitas-aktivitas pendukung seperti test ride, games berhadiah, pertunjukan musik lokal, dan tentang fitur-fitur teknologi motor Yamaha.

Dengan konsep acara yang kreatif dan interaktif, PT. Jambi *Event Organizer* mampu menarik perhatian masyarakat dan memberikan pengalaman positif selama *event*, sehingga konsumen lebih tertarik dan termotivasi untuk membeli produk Yamaha, selain itu PT. Jambi *Event Organizer* bekerja sama erat dengan Yamaha dan mitra lain untuk memastikan komunikasi yang lancar dan informasi produk tersampaikan secara lengkap kepada konsumen yang membantu membangun kepercayaan dan minat beli konsumen

PT. Jambi *Event Organizer* mampu menciptakan pengalaman yang unik bagi pengunjung sehingga mendorong mereka untuk hadir di setiap *event* yang diadakan, salah satu pendekatan melalui penyelenggaraan *event* yang menarik dan interaktif di mana konsumen dapat berinteraksi langsung dengan produk maupun brand, peran PT. Jambi *Event Organizer* menjadi sangat penting salah satu strategi yang digunakan oleh Yamaha untuk menjangkau konsumen melalui penyelenggaraan berbagai *event* promosi dan meningkatkan minat konsumen, hal ini menjadikan PT. Jambi *Event Organizer* sebagai mitra strategis bagi Yamaha dalam mengelola berbagai *event* promosi produk, permasalahan khusus yang dihadapi PT. Jambi *Event Organizer* adalah kurangnya strategi secara nyata dalam meningkatkan minat konsumen pada *event* Yamaha di Jambi, serta beberapa kendala yang muncul dalam pelaksanaan *Event Organizer*.

Selama program magang dan kerjasama dengan Yamaha, PT. Jambi *Event Organizer* berhasil menyelenggarakan *event* berskala besar dengan konsep acara yang kreatif dan profesional yang menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, kepuasan ini kemudian berkontribusi pada peningkatan minat pembelian konsumen karena pengalaman positif yang didapatkan selama *event* berlangsung. Selain itu, *event* yang diselenggarakan seperti Yamaha Grebek Pasar Rame dan peluncuran produk baru di Jambi juga menunjukkan antusiasme tinggi dari masyarakat, yang didukung oleh peran PT. Jambi *Event Organizer* dalam mengelola acara dengan baik menghadirkan hiburan, kompetisi, dan promo menarik sehingga mampu menarik perhatian minat pembelian konsumen

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengambil judul Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Peran PT. Jambi *Event Organizer* Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen pada *Event* Yamaha Di Jambi”.

## 1.2. Masalah Pokok Laporan

Berikut beberapa masalah pokok laporan selama melaksanakan kegiatan di magang PT. Jambi *Event Organizer*

1. Bagaimana peran PT. Jambi *Event Organizer* dalam merancang dan melaksanakan *event* Yamaha agar dapat meningkatkan minat pembelian konsumen di Jambi?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi PT. Jambi *Event Organizer* dalam menjalankan perannya sebagai penyelenggara *event* Yamaha di Jambi?
3. Bagaimana strategi PT. Jambi *Event Organizer* untuk meningkatkan efektivitas *event* dalam menarik minat pembelian konsumen?

## 1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran PT. Jambi *Event Organizer* dalam merancang dan melaksanakan *event* Yamaha agar dapat meningkatkan minat pembelian konsumen
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi PT. Jambi *Event Organizer* dalam menjalankan perannya sebagai penyelenggara *event* Yamaha
3. Untuk mengetahui strategi PT. Jambi *Event Organizer* untuk meningkatkan efektivitas *event* dalam menarik minat pembelian konsumen

## 1.4. Manfaat Penulisan

Manfaat Penulisan memiliki 2 (dua) manfaat, yaitu manfaat bagi mahasiswa dan manfaat bagi PT. Jambi *Event Organizer*:

1. Manfaat bagi Mahasiswa
  - a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi Mahasiswa/Mahasiswi D-III Program Studi Manajemen Pemasaran
  - b. Mahasiswa terlatih untuk mengerjakan pekerjaan lapangan dan sekaligus melakukan serangkaian keterampilan mengenai *event*
  - c. Mahasiswa bisa menerapkan ilmu selama perkuliahan di kegiatan magang
2. Manfaat bagi PT. Jambi *Event Organizer*
  - a. Kehadiran mahasiswa magang dapat membantu pelaksanaan kegiatan *event*
  - b. Kehadiran mahasiswa magang dapat memberikan kontribusi positif untuk pengembangan dan semangat baru pada PT. Jambi *Event Organizer*

## **1.5. Metode Penulisan**

Penulisan laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

### **1.5.1. Jenis dan Sumber Data**

- a. Data Primer: Data yang diperoleh secara langsung ketika melaksanakan kegiatan magang di perusahaan PT. Jambi *Event Organizer*
- b. Data Sekunder: Diperoleh dari dokumen perusahaan dan sumber literatur lain yang relevan dengan topik *Event Organizer*

### **1.5.2. Metode Pengumpulan Data**

- a. Wawancara dengan tim dan karyawan PT. Jambi *Event Organizer*
- b. Observasi langsung terhadap proses acara *event* Yamaha berlangsung selama magang.

### **1.5.3. Metode Analisis Data**

Analisis deskriptif, yaitu menganalisis, menggambarkan, dan meringkas kondisi serta situasi berdasarkan data hasil wawancara dan observasi mengenai minat pembelian konsumen pada *event* yamaha di Jambi.

## **1.6. Waktu dan Lokasi Magang**

Magang dilaksanakan di PT. Jambi *Event Organizer*, beralamat Graha Pena Jambi Ekpres, Jalan Pattimura No.35, KM 8 Kenali Besar, Kota Jambi. Kegiatan ini berlangsung selama 2,5 bulan yakni dari 3 Februari 2025 hingga 13 April 2025.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Sistematika bertujuan untuk menjelaskan laporan secara jelas dan sengaja Laporan ini di bagi menjadi IV (empat) bab dan setiap bab dibagi lagi menjadi beberapa subbab.

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, masalah pokok, tujuan, manfaat, metode penulisan, waktu dan lokasi magang, dan sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka tentang penjelasan-penjelasan yang menjadi landasan dalam penulisan laporan ini.

## BAB III PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan gambaran tentang perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan bagian unit kerja, serta mengidentifikasi dan mengevaluasi masalah dalam penulisan laporan tugas akhir ini.

## BAB IV PENUTUP

Laporan ini ditutup dengan suatu kesimpulan dan saran-saran yang membangun yang dapat dikemukakan.