

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Event merupakan kegiatan mewujudkan dan menghasilkan ‘sesuatu’, sesuatu tersebut mencerminkan momentum atau peristiwa spesial yang unik dengan menggabungkan konsep acara, ritual, kebutuhan dan pengalaman menjadi sebuah rumusan yang menunjukkan bahwa acara juga memiliki dimensi fisik dan psikologis (Berridge, 2007).

Selain itu, Wirata (2023) mendefinisikan *event* sebagai kegiatan yang diadakan untuk memperingati peristiwa penting dalam kehidupan manusia, baik secara personal maupun dalam kelompok yang terikat oleh norma, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan dengan tujuan spesifik dan melibatkan sekelompok komunitas yang diselenggarakan pada waktu yang telah ditentukan.

Event terbagi ke dalam dua jenis, *MICE (Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition)* dan *Special Event*. *Special Event* adalah sebuah kejadian yang tercipta dari acara-acara non-rutin yang mempunyai tujuan rekreasi, budaya, pribadi, atau organisasi yang berbeda dari kegiatan normal dalam kehidupan sehari-hari, dan memiliki tujuan untuk mengedukasi, merayakan, menghibur, atau menantang pengalaman sekelompok orang (Shone & Parry, 2019). Secara singkat, Goldblatt (2005) menggarisbawahi bahwa *special event* adalah momen perayaan upacara dan ritual unik yang terjadi pada satu waktu untuk kebutuhan

tertentu. Sebuah *special event* digelar dengan cara-cara tertentu karena memiliki keunikannya sendiri, contohnya meliputi penyelenggaraan peristiwa penting seperti pernikahan, pemakaman, atau upacara penghargaan bangsawan.

Special event dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu acara rekreasi (*leisure event*), acara budaya (*cultural event*), acara organisasi (*organizational event*), dan acara personal (*personal event*). *Personal event* merupakan jenis acara yang melibatkan lingkaran sosial, seperti keluarga atau teman-teman. Modernisasi telah mengubah sifat dari *personal event*, termasuk dalam hal merayakan ulang tahun, pernikahan, peringatan hari jadi, dan perayaan yang bersifat pribadi lainnya. Pesta pernikahan menjadi kategori *personal event* yang paling kompleks, karena kesuksesan sebuah pesta pernikahan dinilai berdasarkan sejauh mana acara tersebut dijalankan dengan lancar (Shone & Parry, 2019).

Menurut Firi dalam Febriandy (2022), *Event Organizer* menjadi istilah bagi penyedia jasa penyelenggaraan acara yang dipercaya oleh pelanggannya untuk mengorganisasikan seluruh kegiatan acara. Sebuah *event organizer* mengelola sebuah acara secara profesional, terstruktur, efisien, dan efektif melalui perencanaan yang terperinci, pelaksanaan, pengawasan, hingga evaluasi agar mencapai tujuan dari acara tersebut. Pada umumnya, sebuah *event organizer* mampu untuk menyelenggarakan berbagai jenis *event*, termasuk pesta pernikahan. Terdapat *event organizer* yang hanya berfokus pada penyelenggaraan pernikahan yang dikenal sebagai *wedding organizer*. Berdasarkan definisi tersebut, *Wedding*

Organizer (WO) merupakan penyedia jasa serupa dengan *event organizer*, akan tetapi *wedding organizer* berfokus menjadi penyedia jasa penyelenggaraan pernikahan.

Sumarsono dalam Bestari dan Megasari (2020), mendefinisikan *wedding organizer* adalah lembaga atau badan yang secara khusus menyediakan layanan di sektor pernikahan yang membantu calon pasangan pengantin untuk mempersiapkan hal-hal yang terkait dengan perayaan sakral pernikahan agar seluruh rangkaian acara berjalan dengan lancar. *Wedding organizer* memiliki layanan membantu merangkai konsep pernikahan, menyediakan, mengestimasi atau menyesuaikan anggaran yang dimiliki pelanggan, menyediakan vendor-vendor pendukung seperti pakaian, *make-up artist*, dekorasi, *venue*, katering, hingga seserahan pernikahan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat sebanyak 317.715 pernikahan terjadi di provinsi Jawa Barat dan kota Sukabumi sendiri menyumbang angka sebesar 16.103 pernikahan di tahun 2023. Jasa *wedding organizer* muncul dari peluang adanya perubahan gaya hidup dalam masyarakat yang menginginkan kecepatan dan kemudahan karena adanya masalah keterbatasan waktu (Putri & Purwanto, 2023).

Meningkatnya jumlah *wedding organizer* menjadikan persaingan bisnis serupa menjadi semakin ketat dan ruang untuk memasarkan bisnis menjadi lebih sempit. Kondisi seperti ini menuntut pemilik usaha untuk tidak hanya menjual produk atau jasanya, tetapi mencari alternatif lain yang layak ditawarkan kepada pasar sasaran (Pajrina & Maleha, 2023).

Saat ini, konsumen juga menuntut secara mutlak terhadap pelayanan yang profesional dan kualitas pelayanan yang prima. Persiapan strategi dan langkah-langkah yang akan dilaksanakan harus dipersiapkan dengan matang oleh penyelenggara acara (Zulkarnain, 2014).

Osti, Disegna, dan Brida dalam Nikita (2020) menjelaskan bahwa acara yang memuaskan menjadi *event* yang disukai konsumen dan salah satu faktornya adalah pelayanan terbaik yang diberikan penyelenggara selama acara diselenggarakan. Konsumen akan mendapatkan atmosfer dan pengalaman yang positif dari pelayanan terbaik tersebut. Pelayanan yang diberikan selama acara dilaksanakan dikonsumsi pada masa dan tempat yang sama bertujuan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen dalam skala yang besar. Pengalaman pelayanan dikaitkan dengan dua bentuk interaksi, yaitu pengalaman yang melibatkan emosional dan mencakup pemanfaatan sumber daya dan objek pada acara untuk berinteraksi dengan konsumen (Nikita, 2020). Menurut Tjiptono dalam Wulandari (2013), kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan penyampaian yang tepat untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan (*service quality*) dapat menjadi strategi perencanaan pemasaran untuk kemajuan suatu usaha. Bagi penyedia jasa, kualitas pelayanan secara signifikan berkontribusi dalam menciptakan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing. Beberapa studi empiris menyimpulkan bahwa profitabilitas, pangsa pasar, ROI (*Return On Investment*), perputaran aset, efisiensi biaya, kepuasan pelanggan, minat

pembelian ulang, dan komunikasi *word-of-mouth* memiliki hubungan positif dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi (Tjiptono & Chandra, 2016)

Pada tahun 1985, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry merumuskan teori kualitas pelayanan atau SERVQUAL sebagai skala multi-item yang dikembangkan untuk menilai kualitas layanan yang didefinisikan sebagai derajat persepsi dan harapan layanan pelanggan. Skala SERVQUAL menguraikan definisi dari kualitas pelayanan menjadi lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Seiring berjalannya waktu, para akademisi melakukan penyesuaian terhadap skala SERVQUAL menjadi lebih spesifik terhadap sebuah industri dengan tujuan agar skala SERVQUAL menjadi lebih relevan apabila diaplikasikan di industri tersebut. Salah satunya adalah skala SERVQUAL yang dikembangkan menjadi skala WEDSERV.

Skala WEDSERV dikemukakan oleh Tsai, Lin, dan Cheng (2022), diaplikasikan untuk menilai kualitas pelayanan dari sebuah *wedding organizer*. Skala WEDSERV memiliki tujuh dimensi penilaian yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), layanan bernilai tambah (*value-added services*), hidangan banquet (*banquet dishes*), dan layanan penyajian makanan (*dining services delivery*) dengan total 26 atribut pelayanan yang masing-masing dapat menilai kualitas dari pelayanan dan keandalan sebuah *wedding organizer*.

Merealisasikan pesta pernikahan impian konsumen dan memberikan pelayanan terbaik di hari istimewanya, merupakan salah satu tujuan yang dimiliki oleh para *wedding organizer*, contohnya pada Umiew Wedding Organizer yang menjadi lokasi dari penelitian ini. Umiew Wedding Organizer merupakan salah satu penyedia jasa penyelenggaraan pernikahan di kota Sukabumi yang didirikan oleh Irvan Firmansyah atau akrab disapa Umiew Ivan pada tahun 2014. Jasa penyelenggaraan pernikahan merupakan produk utama dari Umiew Wedding Organizer, akan tetapi Umiew Wedding Organizer menyediakan layanan penyelenggaraan personal *event* lain seperti ulang tahun dan *anniversary*. Sejak tahun 2014, Umiew Wedding Organizer berhasil menyelenggarakan lebih dari 350 pernikahan dengan rata-rata 50 pernikahan di setiap tahunnya, dengan pengecualian pada tahun 2020-2021, Umiew Wedding Organizer sempat mengalami penurunan produktivitas akibat pandemi COVID-19.

Umiew Wedding Organizer menawarkan beragam layanan untuk memenuhi kebutuhan pernikahan pelanggan yang akan didampingi mulai dari penyusunan konsep hingga eksekusi pesta pernikahan. Salah satunya adalah *wedding organizer* menyediakan vendor yang berkualitas untuk direkomendasikan kepada pelanggan untuk mendukung penyelenggaraan pesta pernikahan. Penyediaan vendor dari pihak *wedding organizer* berkaitan dengan dimensi bukti fisik (*tangible*) dari teori skala WEDSERV, karena vendor yang ditawarkan Umiew Wedding Organizer akan menyediakan unsur-unsur yang memiliki fisik yang dapat dilihat.

Contohnya adalah vendor dekorasi yang akan mempercantik lokasi pernikahan. Hal ini tercantum pada skala WEDSERV pada dimensi bukti fisik (*tangible*) yang salah satu indikatornya adalah dekorasi pada lokasi pernikahan.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, salah satu faktor acara yang disukai pelanggan adalah pelayanan terbaik yang diberikan penyelenggara selama acara diselenggarakan dan pelayanan yang berkualitas dapat menjadi strategi bersaing apabila dirancang dengan tepat. Akan tetapi, Umiew Wedding Organizer yang merupakan salah satu *wedding organizer* berpengalaman di Kota Sukabumi, belum pernah melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang telah berikan kepada pelanggan selama 10 tahun berjalannya usaha. Hal ini menjadi permasalahan yang terjadi pada penelitian ini.

Selaras dengan teori yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengukur kualitas pelayanan dalam konteks *wedding organizer* dan maka disusunlah proyek akhir dengan judul “*Wedding Service Quality (WEDSERV) Umiew Wedding Organizer di Sukabumi*”. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai proses analisis dan pengukuran kualitas pelayanan dari Umiew Wedding Organizer hanya dari perspektif pelanggan yang telah memanfaatkan jasa penyelenggaraan pernikahan mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan penulis, penulis telah mengidentifikasi pokok permasalahan, yaitu bagaimana kualitas pelayanan dari Umiew Wedding Organizer dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek bukti fisik (*tangible*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada para pelanggan?
2. Bagaimana aspek keandalan (*reliability*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada para pelanggan?
3. Bagaimana aspek daya tanggap (*responsiveness*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada para pelanggan?
4. Bagaimana aspek kepercayaan (*assurance*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada para pelanggan?
5. Bagaimana aspek layanan bernilai tambah (*value-added services*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada para pelanggan?
6. Bagaimana aspek hidangan perjamuan (*banquet dishes*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada pelanggan?
7. Bagaimana aspek layanan penyajian makanan (*dining service delivery*) dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umiew Wedding Organizer kepada pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Bagi penulis, tujuan formal dan operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Formal

Penelitian ini sebagai bagian yang tak terpisahkan dari tahap penyelesaian masa studi program Diploma IV di jurusan Perjalanan, pada program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini dilakukan guna menganalisis dan mengukur kualitas pelayanan dari Umiew Wedding. Skala WEDSERV oleh Tsai et al., (2022) merupakan kerangka teoritis yang akan menjadi landasan bagi penelitian ini sehingga dapat diketahui secara mendetail mengenai aspek bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), layanan bernilai tambah (*value-added services*), hidangan perjamuan (*banquet dishes*), dan layanan penyajian makanan (*dining services delivery*) pada kualitas pelayanan Umiew Wedding Organizer.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi keuntungan bagi semua pihak yang memerlukan informasi terkait topik yang terkandung dalam penelitian ini. Sehingga manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memperkenalkan dan memperkaya pemahaman pembaca tentang teori kualitas pelayanan dalam konteks *wedding organizer* dan menjadi sumber literatur untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lokus Penelitian

Penulis berharap penelitian ini menjadi referensi dan pemahaman yang mendalam bagi Umiew Wedding Organizer terhadap kualitas pelayanan yang mereka dari perspektif pelanggan dengan menganalisis hasil skor-skor dari skala WEDSERV, Umiew Wedding Organizer dapat mengetahui aspek apa yang telah berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dan aspek apa yang perlu ditingkatkan. Umiew Wedding Organizer dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi sebagai dasar untuk evaluasi layanan dan pengambilan keputusan yang lebih terinformasi dalam pengembangan dan strategi pemasaran.

b. Bagi Penulis

Penyusunan penelitian ini memberi manfaat kepada penulis dalam mengembangkan kompetensi penelitian kuantitatif dan mendalami keterampilan analisis kualitas pelayanan. Penulis memberikan kontribusi terhadap pengetahuan di bidang manajemen pelayanan dan industri pernikahan.