

# **KUALITAS PELAYANAN INDONESIA PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT 2024**

## **PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV

Program Studi Pengelolaan Konvensi & Acara

Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

**TAMARA BINTANG APRILIA UTOMO**

**2020306003**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI & ACARA  
JURUSAN PERJALANAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

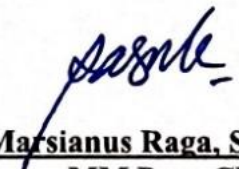
### PROYEK AKHIR

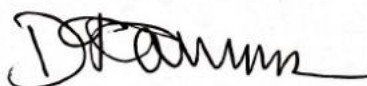
#### “KUALITAS PELAYANAN INDONESIA PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT 2024”

NAMA : TAMARA BINTANG APRILIA UTOMO  
NIM : 2020306003  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

  
**Marsianus Raga, S.ST.Par.,**  
**MM.Par., CEE.**  
NIP. 19751024 200902 1 001

  
**R. Darmawan Sundayana, S.Sos.,**  
**MM.Par.**  
NIP. 19601102 199803 1 001

Bandung, 16 Juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,




**Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.**  
NIP. 19710316 199603 2 001

## LEMBAR PENGESAHAN


### "KUALITAS PELAYANAN INDONESIA PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT 2024"

NAMA : TAMARA BINTANG APRILIA UTOMO  
NIM : 2020306003  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA


Pembimbing Utama,

  
Marsianus Raga, MM.Par.  
NIP. 19751024 200902 1 001

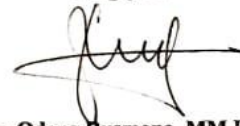
Pembimbing Pendamping,

  
R. Darmawan Sundavana, S.Sos.,  
MM.Par.  
NIP. 19601102 199803 1 001

Penguji I,

  
Wisnu Prahadanto, S.E., M.Sc.  
NIP. 19730315 200605 1 002

Penguji II,

  
Drs. Odang Rusmana, MM.Par.  
NIP. 19630419 199703 1 002

Bandung, 14 Agustus 2024

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik  
Kemahasiswaan dan Kerjasama

  
Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.  
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung

  
Dr. Anwari Masatip, MM. Par., CEE.  
NIP. 19750415 200212 1 001



## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tamara Bintang Aprilia Utomo  
Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 2 April 2002  
NIM : 2020306003  
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
"KUALITAS PELAYANAN INDONESIA PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT 2024" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 16 Juni 2024

Yang me

  
METERAI  
TEMPEL  
561AFALX212127406  
**Tamara Bintang**  
NIM. 2020306003

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Allah Swt.,*

Terima kasih atas karunia dan rahmat yang diberikan dalam setiap langkah perjalanan ini. Segala kemudahan, kebijaksanaan, dan inspirasi yang telah Engkau limpahkan senantiasa mengiringi setiap proses yang dilalui. Alhamdulillah.

*Kedua orang tua dan adik-adik penulis,*

Terima kasih atas kasih sayang yang tak terbatas,  
segala perjuangan tanpa harap balas,  
atas dukungan yang tulus,  
serta doa yang terpanjat tanpa putus.

*Diri sendiri,*

Terima kasih untuk selalu berusaha menjadi versi terbaik dari diri sendiri. Terus melangkah ke depan dan hiduplah pada masa kini.

## **MOTTO**

***“everything happens for a reason.”***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proyek Akhir yang berjudul, “**Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024**”. Proyek Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada program studi Pengelolaan Konvensi dan Event, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan, bimbingan, dorongan semangat, petunjuk, dan kerja sama dari berbagai pihak antara lain:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., M.M.Par., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga, MM.Par., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung sekaligus Dosen Pembimbing Utama.
4. Bapak Reza Nurizki, M.Sc., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak R. Darmawan Sundayana, S.Sos., MM.Par., selaku Dosen Pembimbing Pendamping.
6. Bapak Ibu Dosen Pengelolaan Konvensi dan Acara yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu selama perkuliahan.
7. Bapak Harry Dwi Nugraha selaku *Founder* Indonesia Professional Organizer Summit yang telah memberikan izin untuk dapat melakukan penelitian pada lokus *event* Indonesia Professional Organizer Summit.
8. Seluruh karyawan dan staff Indonesia Professional Organizer Summit yang telah membantu dan membimbing penulis selama penelitian.
9. Abah, Mama, dan adik-adik penulis yang telah memberikan doa dan dorongan berupa materiil maupun non-materiil serta selalu mendukung seluruh proses yang telah dilalui.

10. Fitri, Almira, Ijul, Je, Anya, Jasmine, Darla, Mavaz, Faiz, Hasya, Fiona, Ditto, Farras, dan Ayuk yang telah membantu dan menemani penulis selama proses pembuatan proyek akhir.
11. Teman-teman program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara angkatan 2020 yang selalu mendukung selama perkuliahan dan proses penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan proyek akhir ini masih belum sempurna dan tidak lepas dari kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proyek akhir ini.

Bandung, 14 Agustus 2024

**Tamara Bintang**



## ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi dari peserta atau konsumen terhadap keunggulan atau superioritas suatu produk secara keseluruhan. Indonesia Professional Organizer Summit merupakan sebuah pameran B2B *event* yang sudah diselenggarakan sejak tahun 2013. Namun, sempat terhenti beberapa tahun karena pandemi *covid-19*. Acara ini mengumpulkan para penyelenggara acara dan pemangku kepentingan dari berbagai sektor untuk saling berinteraksi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan kualitas pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024 dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan pameran, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance employee, empathy, cluster effect, and others*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sampel peserta *seller/exhibitor*. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Indonesia Professional Organizer Summit 2024 dinilai baik oleh peserta, dengan beberapa indikator yang memerlukan perbaikan untuk pengoptimalan kualitas pelayanan yang lebih baik.

**Kata kunci:** *kualitas pelayanan pameran, B2B, table-top, IPOS*

## **ABSTRACT**

*Service quality is an evaluation of participants or consumers of the superiority or superiority of a product as a whole. The Indonesia Professional Organizer Summit is a B2B event exhibition that has been held since 2013. However, it was stopped for several years due to the covid-19 pandemic. This event gathers event organizers and stakeholders from various sectors to interact with each other's businesses. This study aims to determine how the implementation of the service quality of the Indonesia Professional Organizer Summit 2024 using the dimensions of exhibition service quality, namely tangible, reliability, responsiveness, employee assurance, empathy, cluster effect, and others. The research method used is descriptive quantitative with a sample of seller/exhibitor participants. Overall, this study concludes that the quality of service at the Indonesia Professional Organizer Summit 2024 is rated well by participants, with several indicators that require improvement for better service quality optimization.*

**Keywords:** *Exhibition Serqual, B2B, Table-top, IPOS*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II .....</b>	<b>17</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
A. Kajian Teori .....	17
B. Kerangka Pemikiran.....	28
<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	29
B. Objek Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampling.....	29
D. Metode Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel.....	32

F. Analisis Data.....	39
G. Jadwal Penelitian .....	43
<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Hasil Penelitian .....	44
B. Pembahasan.....	64
<b>BAB V.....</b>	<b>80</b>
<b>SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>80</b>
A. Simpulan .....	80
B. Rekomendasi.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR GAMBAR

1. IPOS <i>Business Generated</i> .....	6
2. Data <i>Seller</i> IPOS 2024 .....	7
3. Data <i>Buyer</i> IPOS 2024 .....	8
4. <i>Floor Plan</i> Acara .....	9
5. <i>Table-Top Layout</i> .....	10
6. IPOS Milestone (2013 – 2023) .....	12
7. Kerangka Pemikiran .....	28
8. Hasil Uji Reliabilitas .....	43
9. Skala Rentang Dimensi <i>Tangible</i> .....	65
10. <i>Signage</i> .....	66
11. Skala Rentang Terkait Dimensi <i>Reliability</i> .....	67
12. Skala Rentang Terkait Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	69
13. Skala Rentang Terkait Dimensi <i>Assurance Employee</i> .....	70
14. <i>Booth Seller</i> IPOS 2024 .....	71
15. Sesi <i>Table-Top</i> IPOS 2024 .....	72
16. <i>Layout Table-Top</i> .....	73
17. <i>Lanyard</i> dan <i>Name Tag Buyer</i> dan <i>Seller</i> .....	74
18. Skala Rentang Terkait Dimensi <i>Emphaty</i> .....	75
19. <i>Feedback Grup Chat</i> Peserta .....	75
20. <i>Hospitality Desk</i> IPOS 2024 .....	76
21. Skala Rentang Terkait Dimensi <i>Cluster Effect</i> .....	77
22. Skala Rentang Terkait Dimensi <i>Others</i> .....	78
23. Daftar Unit Kompetensi .....	86

## DAFTAR TABEL

1. Database Jumlah Peserta Buyer dan Seller 2017-2019 dan Tahun 2023.....	5
2. Matriks Operasional Variabel .....	32
3. Hasil Uji Validitas .....	40
4. Jadwal Penelitian .....	43
5. Bobot Nilai Skala Likert .....	48
6. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Tangible</i> .....	48
7. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Reliability</i> .....	52
8. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	54
9. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Assurance Employee</i> .....	56
10. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Emphaty</i> .....	59
11. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Cluster Effect</i> .....	60
12. Tanggapan Responden Terkait Dimensi <i>Others</i> .....	62

## DAFTAR DIAGRAM

1. Jenis Kelamin Delegasi Seller Indonesia Professional Organizer Summit 2024.. 44
2. Usia Peserta Seller Indonesia Professional Organizer Summit 2024..... 45
3. Jenjang Pendidikan Peserta Seller Indonesia Professional Organizer Summit  
2024..... 446
4. Asal Provinsi Peserta Seller Indonesia Professional Organizer Summit 2024 ..... 47

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Olahan.....	93
2. Surat Izin Lokus .....	97
3. Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian .....	98
4. Rekap Bimbingan .....	99
5. Kuesioner .....	100
6. Dokumentasi Observasi .....	104
7. Checklist Observasi .....	105
8. Hasil Turnitin .....	107
9. Bukti Serah Terima Publikasi Karya Ilmiah .....	108
10. Surat Pernyataan Serah Terima Publikasi Karya Ilmiah.....	109
11. Memo .....	110



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan *event* di Indonesia menunjukkan dinamika yang luar biasa, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemajuan teknologi, peningkatan minat masyarakat terhadap berbagai jenis hiburan dan informasi, serta dukungan pemerintah untuk mempromosikan industri kreatif dan pariwisata. Pemerintah mendukung berbagai *event* yang mempromosikan destinasi wisata dan produk ekonomi kreatif sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi, seperti diselenggarakannya Bali & Beyond Travel Fair yang menyoroti potensi pariwisata Bali dan daerah sekitarnya.

Menurut Bowdin, dkk dalam buku *Event Management 2nd Edition* (2006), event memiliki beberapa kategori, seperti *size, local or community events, major events, hallmark events, mega events, form or content, cultural events, sports events*, dan *business events*.

1. Kategori *Size event* sering kali dikarakterisasi menurut ukuran dan skalanya. Kategori yang paling umum adalah *major events, mega events, hallmark events*, dan *local/community events*.
2. *Local or community events* merupakan acara yang ditujukan terutama untuk penonton lokal dan dipentaskan karena nilai sosial, kesenangan, dan hiburannya.

3. *Major events* adalah event yang berdasarkan pada skala dan minat media, mampu menarik banyak pengunjung, liputan media, dan manfaat ekonomi.
4. *Hallmark events* diidentifikasi dengan karakteristik dari suatu wilayah atau tempat yang identik dengan nama tempat tersebut.
5. *Mega events* adalah peristiwa yang begitu besar sehingga dapat memberikan dampak yang besar pula kepada perekonomian dan bergema di media global, seperti olimpiade dan paralimpiade.
6. Kategori *form or content* merupakan salah satu cara untuk mengklasifikasikan *event* adalah berdasarkan bentuk atau isinya, misalnya event budaya yang mencakup festival yang merupakan bentuk acara universal yang sudah ada sebelum industri event.
7. *Cultural events* merupakan kategori event yang memberikan kontribusi besar terhadap kehidupan sosial dan budaya.
8. *Sport events* merupakan salah satu aktivitas manusia tertua dan paling bertahan lama, dengan tradisi yang kaya bahkan sejak Olimpiade Yunani Kuno dan terus mengikuti perkembangan hingga saat ini.
9. *Business events* terdiri dari kegiatan yang sering dilakukan oleh perusahaan atau instansi, meliputi konferensi, pameran, perjalanan insentif, dan acara perusahaan atau biasa disebut dengan MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*).

Menurut buku Manajemen Konferensi dan Event yang ditulis oleh Abdullah tahun 2017, mengatakan MICE lebih menekankan kepada pertemuan, konvensi, atau konferensi yang mana biasanya (meskipun tidak

selalu) juga dilengkapi dengan digelarnya pameran dalam satu peristiwa pertemuan.

Dalam data UFI 2023, Manajer Regional Asia/Pasifik UFI dan Direktur Pelaksana BSG, Mark Cochrane, mengatakan bahwa pada tahun 2022, pasar pameran Amerika Serikat dan Eropa sudah mulai beranjak dari *covid-19*, tetapi di Asia, banyak pembatasan dan tantangan yang masih ada. Faktanya, industri pameran Tiongkok tidak ada pada tahun 2022. Namun, Kai Hattendorf selaku Managing Director dan CEO UFI, berkomentar, bahwa pemulihan di Asia pada tahun 2023 sangat luar biasa.

Menurut data ICCA *Statistics Report Country & City Rankings 2019*, negara Indonesia menduduki peringkat ke-41 di seluruh dunia dengan jumlah 95 *meetings*. Jika diurutkan dalam kategori kota, Indonesia menduduki peringkat ke-63 di dunia dengan Bali sebagai perwakilannya yang telah mengadakan *meetings* sebanyak 42 kali. Sedangkan menurut data ICCA *Business Analytics Country & City Rankings 2022*, negara Indonesia menduduki peringkat ke-45 di seluruh dunia dengan jumlah 43 *meetings*. Jika diurutkan dalam kategori kota, Indonesia berada pada peringkat ke-84 di dunia dengan Bali sebagai perwakilannya yang telah mengadakan *meetings* sebanyak 24 kali. Peringkat Indonesia di dunia mengalami penurunan akibat pandemi *covid-19*.

Perkembangan MICE di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang positif. Dikutip dari Jurnal Kawasan, berdasarkan data Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (Asperapi) pada tahun 2023, terdapat 178 pameran yang diselenggarakan di Indonesia, yang mencakup 120 pameran

internasional dan 58 pameran nasional. Dari jumlah tersebut, 129 pameran digelar di Jakarta. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, jumlah wisatawan MICE yang berkunjung ke Indonesia mencapai 2.5 juta orang pada tahun 2023. Dikutip dari Kemenparekraf, sektor MICE memberikan kontribusi kurang lebih 30% terhadap industri pariwisata nasional. Meskipun jumlahnya lebih sedikit, namun kualitas pengeluaran turis MICE menghabiskan lebih banyak uang daripada wisatawan lokal. Oleh karena itu, dengan dukungan fasilitas bisnis yang canggih, Indonesia memiliki peluang yang besar untuk pertumbuhan bisnis MICE yang akan menghasilkan keuntungan ekonomi dan budaya secara signifikan. Indonesia sendiri sudah memiliki pengalaman panjang menjadi tuan rumah event internasional yang prestisius. Hal ini dibuktikan dengan Indonesia sukses menjadi tuan rumah ASEAN Tourism Forum (ATF) pada awal tahun 2023 di Yogyakarta dan KTT ASEAN (Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN) yang diselenggarakan di Labuan Bajo dan Jakarta.

Pameran sebagai bagian dari industri MICE diartikan sebagai acara dimana peserta pameran mendirikan booth, biasanya area yang disewa dari penyelenggara dan bertemu dengan calon pembeli untuk menampilkan produk, layanan, atau informasi (Simangunsong dan Setyorini, 2023). Industri pameran mengalami keterpurukan akibat pandemi Covid-19.

Menurut Kemenparekraf, berdasarkan data Asosiasi Pameran Indonesia (ASPERAPI), jumlah pameran yang diadakan sepanjang tahun 2022 meningkat kurang lebih dua kali lipat dibandingkan dengan tahun

sebelumnya, dengan total luas lahan 1.067.332 meter persegi digunakan untuk 164 pameran. PT Dyandra Media International Tbk., salah satu perusahaan pameran terbesar di Indonesia berhasil mencapai pendapatan sebesar Rp1,2 triliun pada tahun 2022, naik 115% dari hanya Rp30,7 miliar pada tahun sebelumnya. Hasil survei yang dilakukan oleh The Global Association of the Exhibition Industry (UFI), menunjukkan bahwa pertumbuhan sektor pameran di Indonesia lebih cepat di kawasan Asia Tenggara. Laporan UFI Global Barometer tahun 2023 menunjukkan bahwa industri pameran di Asia Pasifik mengalami kenaikan rata-rata pendapatan sebesar 66% pada tahun 2022. Sedangkan pada tahun 2023, rata-rata pendapatan perusahaan pameran di Asia Pasifik sekitar 82%.

Indonesia Professional Organizer Summit atau lebih dikenal dengan IPOS adalah B2B forum tahunan untuk para *professional organizer* di Indonesia yang sudah terselenggara sejak tahun 2013. Event ini mempertemukan para *exhibitor* dan *visitor* yang terpilih dan berpotensi tinggi untuk saling berinteraksi bisnis. Dalam hal ini, *exhibitor* akan disebut sebagai *seller* dan *visitor* akan disebut sebagai *buyer*. Tabel berikut merupakan jumlah *buyer* dan *seller* dari tahun 2017-2019 dan tahun 2023.

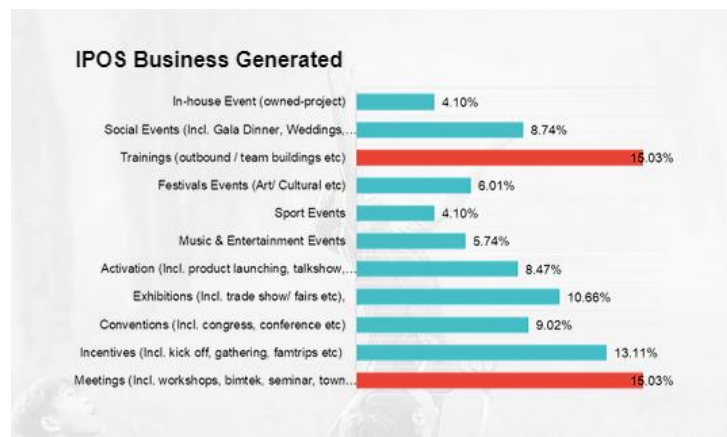
**TABEL 1**  
**DATABASE JUMLAH PESERTA BUYER DAN SELLER 2017-2019**  
**DAN TAHUN 2023**

Kategori Peserta	Jumlah Peserta Tahun 2017-2019	Jumlah Peserta Tahun 2023
Buyer	219	68
Seller	457	41

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024*

Dapat dilihat pada data di bawah ini, bisnis yang dihasilkan pada *event* IPOS sebelumnya, *meetings* dan *trainings* memimpin dengan presentase yang sama, yaitu 15,03% disusul *incentive* dengan presentase 13,11%. *In-house event* dan *sport event* berada di peringkat terakhir dengan presentase 4,10%.

**GAMBAR 1**  
**IPOS BUSINESS GENERATED**



Sumber: [www.eglobalasia.com](http://www.eglobalasia.com)

Tahun ini, IPOS diselenggarakan kembali setelah pandemi covid-19. Event ini dilaksanakan yang ke-9 selama 3 hari pada tanggal 6-8 Mei 2024 di Hotel Discovery Ancol, Jakarta. Bertemakan “*Green Gathering: Beyond Borders, Beyond Events*”, yang mana untuk mendukung acara-acara yang tidak hanya mencapai kesuksesan ekonomi dan sosial, tetapi juga memprioritaskan kesadaran lingkungan. Maksud dan tujuan dari acara ini adalah untuk meningkatkan kualitas industri penyelenggara acara, mendorong dan mempromosikan praktik-praktik berkelanjutan dalam industri acara, memfasilitas peluang kolaborasi dan jaringan antara para professional industri acara, serta berkontribusi pada revitalisasi pasar pariwisata di

seluruh wilayah Indonesia pada tahun 2024 dan seterusnya. Dikutip dari Kumparan Travel, Masruroh selaku Staf Ahli Bidang Pengembangan Usaha Kemenparekraf, memaparkan bahwa dalam mengimplementasikan konsep kegiatan MICE yang berkelanjutan, para penyelenggara acara diharapkan untuk mengutamakan tempat dan hotel yang menawarkan paket pertemuan dengan konsep ramah lingkungan serta telah memperoleh sertifikasi lingkungan, seperti ASEAN Green Hotel Standard atau *environmental management system* (EMS).

Pada event ini pula, turut mengundang para profesional, pemangku kepentingan, serta inovator di industri event untuk bersama-sama mengeksplorasi dimensi baru dalam dunia event. Berikut adalah data *seller* dan *buyer* pada *event* Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

## GAMBAR 2 DATA SELLER IPOS 2024

No	Company Name (Alphabetical Order)
1	AMBARRUKMO GROUP
2	ARYADUTA BALI
3	AVENTUS BALI HOTELS GROUP
4	BALI SUNSET ROAD CONVENTION CENTRE
5	BSM MULTIMEDIA
6	CONRAD BALI
7	DISCOVERY ANCOL JAKARTA
8	DISCOVERY KARTIKA PLAZA HOTEL BALI, HOTEL BOROBUDUR JAKARTA, PALACE HOTEL CIPANAS
9	EIGER ADVENTURE LAND
10	GH UNIVERSAL BANDUNG
11	GRAHAWITA SANTIKA & HOTEL SANTIKA GUNUNGKIDUL JOJA
12	GRAND SWISS-BELHOTEL DARMO SURABAYA
13	HOTEL INDONESIA GROUP (CORPORATE & GOLO MORI CONVENTION CENTER)
14	HOTEL INDONESIA GROUP (THE MERU, SANUR BALI)
15	HOTEL SANTIKA PREMIERE GUBENG SURABAYA & SANTIKA PREMIERE DYANDRA HOTEL &
16	HOTEL SANTIKA PREMIERE LINGGARJATI KUNINGAN & HOTEL SANTIKA PREMIERE PADANG
17	HOTEL SANTIKA TASIKMALAYA & HOTEL SANTIKA GARUT
18	INDRATAMA GLOBALINDO
19	ISMAYA GROUP
20	JAYAKARTA HOTELS & RESORTS INDONESIA & THE JAYAKARTA HOTEL YOGYAKARTA HOTEL
21	KONNER ADVISORY
22	LE MERIDIEN JAKARTA
23	MANHATTAN HOTEL JAKARTA
24	MATOA CORNER
25	MERLYNN PARK HOTEL JAKARTA
26	METRO PARK VIEW SEMARANG & SUNLAKE WATERFRONT RESORT & CONVENTION
27	NUANZA HOTEL & FM7 RESORT HOTEL
28	OBELIX GROUP YOGYAKARTA
29	PADMA HOTELS GROUP
30	PHM HOTELS (THE 101)
31	PLATARAN HOTELS AND RESORTS
32	PLATARAN HOTELS AND RESORTS
33	RAMAYANA SUITES & RESORT & KUTA SEAVIEW BOUTIQUE BALI
34	SINGAPORE TOURISM BOARD
35	TANJUNG LESUNG BANTEN
36	THE ALANA HOTEL AND CONVENTION CENTER YOGYAKARTA BY ASTON
37	THE ALANA HOTEL MALANG BY ASTON & ASTON INN BATU MALANG
38	THE ALANTARA SANUR BALI & VOUK HOTEL & SUITES NUSA DUA BALI
39	THE ANVAYA BEACH RESORT BALI
40	THE JAYAKARTA SUITES BANDUNG & THE JAYAKARTA LOMBOK BEACH RESORT & SPA
41	TRANS HOTEL GROUP
42	VASA HOTEL SURABAYA
43	IVENDO DPD DKI JAKARTA (Special Booth)

*Sumber: File Event Guide IPOS 2024*

### GAMBAR 3 DATA BUYER IPOS 2024

NO	COMPANY / BRAND
1	7623 KREASI
2	AVATARA LINTAS MEDIA
3	AVENDRA INDONESIA
4	BEST EVENT SOLUTION
5	BIMO ARYO TEDJO SUKSES MANDIRI
6	BIRU LANGIT ABADI
7	BISANTA BINTANG PRIMA (MKS)
8	BORNEOLAND PROMOSINDO
9	CAKRAWALA BINTANG KREASI
10	CAKRAWALA NUSANTARA DINAMIS
11	CHIKA MEDIA INDONESIA
12	CHINDRA WISATA
13	CITRA SARANA CONVEX
14	DATA VISUAL SOLUTION
15	DNA PRODUCTION (MES)
16	DUAGE MANAGEMENT
17	DUTA CITRA INTIGRAHA
18	EVENT SAFETY MANAGEMENT SERVICE INDONESIA
19	GABRIEL TOURS & TRAVEL
20	GEMA MEDIA PROMOSINDO
21	GEMALINDO KREASI INDONESIA
22	GENTALA HARMONI WISATA TOUR TRAVEL(JMB)
23	GLOBAL MITRA SEJAHTERA
24	HANDARU BINTANG REJEKI
25	HAYMAL WONDERFUL INDONESIA
26	IDE LINIK
27	INDO CREATIVE CHARISMA
28	INSPIRA CIOTA MANDIRI
29	INTI GLOBAL 99
30	JALA SUTRA DIGJEJE
31	JOGJA KARYA PURNAMA
32	JORDAN AVIATION INDONESIA
33	KABINAWA INDONESIA
34	KEREN ENTERTAINMENT INDONESIA
35	KIAD MEDIA KREATIF
36	KIWARI PRODUCTION
37	KREASINDO JAYA MAHESA
38	KRISTA INDAH SUKSES
	MICE RANGER
	AVATARA
	AVENDRA EO
	BES EVENT
	BAT TRAVEL
	BIRU LANGIT
	BINTANG WISATA TOUR & TRAVEL
	BORNEOLAND PROMOSINDO
	GENERASI MAJU BERSINAR
	CANDI EVENT
	CHIKA MEDIA INDONESIA
	CHINDRA WISATA
	CITRA SARANA
	DVS
	DNA PRODUCTION
	DUAGE
	DUTA CITRA
	EVENT SAFETY INDONESIA
	GSP EO
	CLASSY PRODUCTION
	GEMALINDO KREASI INDONESIA
	GENTALA TOUR
	GLOBAL MANAGEMENT
	HANDARU EO
	HAYMAL HOLIDAYS
	IDE LINIK ORGANIZER
	ABSOLUTE EO
	INSPIRA
	INTI GLOBAL 99
	JSD EVENT MANAGEMENT
	JOGJA HOLIDAY TOUR AND TRAVEL
	JORDAN AVIATION INDONESIA
	KABINAWA
	KEREN EVENT ORGANIZER
	KIAD EO
	KIWARI PRODUCTION
	MAHESA CREATIVE
	KIS PRODUCTION

Sumber: File Event Guide IPOS 2024

### GAMBAR 3 DATA BUYER IPOS 2024 (LANJUTAN)

NO	COMPANY / BRAND
38	KRISTA INDAH SUKSES
39	KUDOS CREATIVE ACTIVITIES
40	LANGIT NUSANTARA KREASINDO
41	LOBI UTAMA VISESA
42	LUMBUNDO KREASI
43	MAXPRO BERKAH NUSANTARA
44	MITRA EVEN PERKASA
45	MUHAROMI KREATIF SEMESTA
46	PANCA DUA UTAMA WISATA
47	PANDOHARAN BERSAMA ABADI
48	PENTA KARYA ENTERTAINMENT
49	PERLENGKAPAN ACARA INDONESIA
50	PESONA GLOBAL PRIMA
51	PHENOM EVENT INDONESIA
52	PLATINUM INDAH WISATA
53	PRIMA KARYA MADANI (BDO)
54	PUBLICA MEDIA CEMERLANG
55	QUEEN STAR PRO
56	RAI SURYA MEDIATAMA
57	RASENDRIYA BENAWI INDONESIA
58	RASIO DIGITAL INVESTAMA
59	SAFA TOUR
60	SAKTI INTI PRATAMA
61	SATU TEAM INDONESIA
62	SEMESTA MEDIKA INTEGRA
63	SONGOLAS EXHIBITION SERVICES
64	SUNBEACH INDONESIA TRAVEL & EVENT
65	SURYA SAPTA CAKRAWALA
66	SWARNALOKA MANDIRA NUSANTARA
67	TRILOKA MANAGEMENT
68	TRUEVINDO RAHARDJA UTAMA
69	UNISYSTEM UTAMA
70	VAYA MICETAMA SERVINDO
71	VERTICAL KARYA GEMILANG
72	VISI KREASI INDONESIA
73	VISI TOUR
74	WAHANA IMAGI NAKITA
75	ZATA TOUR
	KIS PRODUCTION
	KUDOS INDONESIA
	LANUSAN PRODUCTION
	LUMISA ORGANIZER
	KANAYA KREASI
	MAXPRO EVENT/BATAVIA TODAY
	MEP INDONESIA
	JW EVENT CREATIVE
	AZZURA TOUR TRAVEL
	MATAKAIL COMMUNICATION
	PENTA MANAGEMENT
	SENKANAN.ID
	PGP
	PHENOM EVENT INDONESIA
	PLATINUM HOLIDAY INDONESIA
	PESONA WISATA
	CAMPURSARI EO
	T&T AND EO
	RED AVENUE INDONESIA
	BENAWI ENTERPRISE
	RASIO PRODUCTION
	SAFA TOUR
	SAKTI ENTERPRISE
	SATU TEAM
	SMILE-Q
	19 EVENTS
	SUNBEACH
	CAKRAWALA EO
	SWARNALOKA TOUR & TRAVEL
	TRILOKA
	TRUEVINDO
	UNISYSTEM
	ANTAVAYA CONVEX
	VERTICAL EVENTPRO
	DREAM CREATIONS ID
	VISI TOUR
	GOLDWING EO
	ZATA TOUR

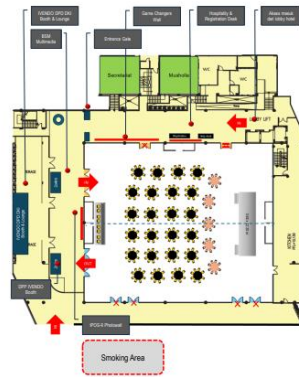
Sumber: File Event Guide IPOS 2024

Indonesia Professional Organizer Summit 2024 dilaksanakan di The Grand Ballroom lantai 3, Hotel Discovery Ancol, Jakarta, tepatnya berada di Jalan Lodan Timur No, 7, Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta Utara.



Berikut adalah *floor plan* acara Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

**GAMBAR 4  
FLOOR PLAN ACARA**



*Sumber: File Event Guide IPOS 2024*

Dalam *event* ini, terdapat beberapa agenda dan program yang dapat diikuti oleh para delegasi *buyer* dan *seller*.

### **1. Smart Forum**

Dalam sesi ini, turut mengundang pembicara tamu yang akan membahas mengenai *trend* serta perkembangan terkini dalam industri event di Inonesia, khususnya terkait dengan pariwisata berkelanjutan. Sesi ini akan secara komprehensif mencakup topik utama, yaitu Pariwisata Regeneratif, *Green Events* dan *Igreen Initiatives*, MICE, dan *Event Digitalization & Technology*.

### **2. Industry Check-Up & Destination Update**

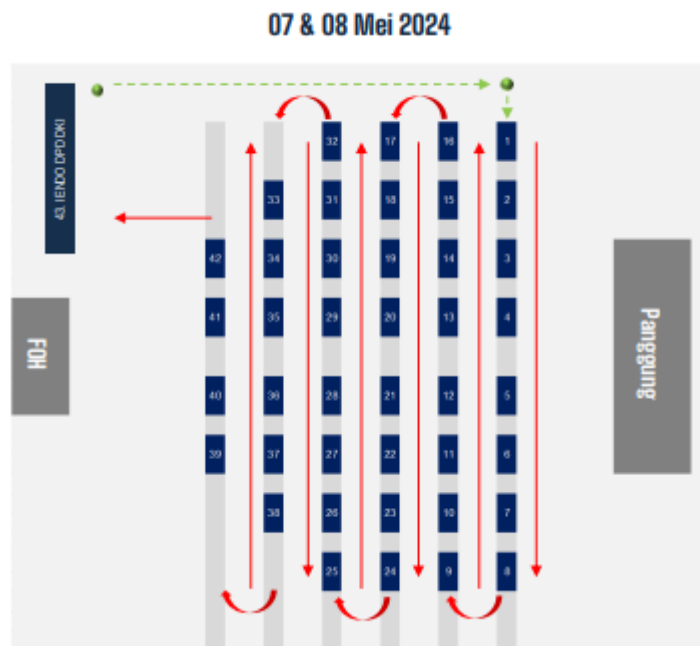
Sesi ini terbuka untuk semua delegasi dan mitra kerja, juga turut mengundang berbagai entitas untuk menyajikan informasi, produk, dan layanan terkini untuk *event management*. Hal ini mencakup perusahaan teknologi acara, penyedia solusi keuangan, manajer destinasi yang

berspesialisasi lokasi-lokasi prioritas, serta perwakilan agensi promosi pemasaran negara tetangga.

### 3. B2B Table-Top Forum

Pada sesi ini, terjadi interaksi antara *buyer* dan *seller* untuk berkolaborasi untuk menciptakan peluang bisnis. Forum ini dilakukan dengan cara tatap muka langsung. Berikut adalah *table-top layout* pada *event* Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

**GAMBAR 5**  
**TABLE-TOP LAYOUT**



*Sumber: File Event Guide IPOS 2024*

Penataan meja *seller* adalah nomor 1 sampai dengan nomor 43, dan urutannya menjadi kebijakan panitia penyelenggara. Penempatan meja *seller* tersebut secara umum disusun berdasarkan urutan abjad, terkecuali jika ada perjanjian khusus. Meja awal *buyer* tergantung pada meja nomor berapa *buyer* tersebut memulai *table-top*. Khusus bagi *buyer* *buyer* yang memulainya di meja nomor terakhir, nomor

selanjutnya adalah meja nomor 1. Garis merah tersebut adalah alur dan rute perjalanan delegasi *buyer* dari meja satu ke meja *seller* selanjutnya. Setiap *buyer* wajib mengunjungi setiap meja *seller* sampai dengan selesai dan melakukan presensi kehadiran.

#### **4. Gala Dinner & Award Night.**

Gala dinner dapat memberikan peluang networking khusus antara buyer dan seller, hal ini diselenggarakan sebagai ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan tertinggi kepada para peserta atas keterlibatan aktif selama acara berlangsung. Sebagai penutup acara, akan diadakannya *Award Night* sebagai penghargaan khusus kepada para delegasi yang paling menarik perhatian berdasarkan kriteria yang ada.

IPOS termasuk ke dalam *business events* karena termasuk ke dalam MICE (*meetings, incentives, conventions, and exhibition/events*), yaitu *exhibition* atau pameran. Menurut Any Noor dalam buku Manajemen Event edisi revisi (2013), *business event* memiliki ciri peningkatan pendapatan pada perusahaan atau daerah.

## GAMBAR 6 IPOS MILESTONE (2013 – 2023)



Sumber : [www.egoglobaliasia.com](http://www.egoglobaliasia.com)

Dapat dilihat pada data di atas, sebelum pandemi covid-19, *milestone* atau tonggak pencapaian dari tahun 2013 hingga tahun 2019 terus mengalami peningkatan, puncak lonjakan terjadi pada tahun 2018 ke tahun 2019 dengan catatan bisnis potensial 117,4 juta ke 204,45 juta. Namun, beberapa tahun setelahnya, IPOS sempat tidak terlaksana karena pandemi covid-19. Hal tersebut menjadikan tonggak pencapaian sempat menurun dari tahun 2019 ke tahun 2023, yaitu dari 204,45 juta ke 174,82 juta karena masa-masa pemulihan setelah covid-19 terjadi. Meskipun demikian, berdasarkan wawancara singkat penulis bersama dengan salah satu buyer yang pernah mengikuti event tersebut, semua berjalan dengan baik namun memang perlu dilakukan pengoptimalan dari segi pelaksanaannya.

Menurut Tjiptono (2007) dalam Asbar dan Saptari (2017), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan cara

membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata, baik yang diterima maupun diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan dipersepsikan sebagai kualitas yang tinggi jika jasa yang diterima maupun dirasakan memenuhi dan melampaui harapan konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dalam sebuah *event* maupun perusahaan sangat berpengaruh dalam memberikan suatu layanan kepada pelanggan.

Menurut Lee (2019), terdapat tiga indikator untuk menguji kualitas pelayanan dalam pameran, dilihat dari *service product*, *service environment*, dan *service delivery*. Sedangkan menurut Simangunsong et al (2023), mengkombinasikan variabel-variabel dan integrasi dari model asli SERVQUAL dan variabel kualitas layanan lainnya sehingga dikembangkan tujuh indikator, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *cluster effect*, and *others*.

Oleh karena itu, dalam hal ini IPOS turut serta menjadi platform yang mendukung dan memfasilitasi perkembangan ini dengan mempertemukan pelaku MICE & *event* untuk meningkatkan kerja sama, pengetahuan, dan kesempatan bisnis. Namun, belum adanya evaluasi menyeluruh terhadap *event* IPOS ini menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam konteks perkembangan MICE di Indonesia yang perlahan semakin maju. Kualitas pelayanan dalam event sangat penting untuk memberikan pengalaman yang baik bagi peserta yang hadir pada event tersebut, untuk itu penulis mengangkat judul **“Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024”**.

## B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah penelitian ini yaitu bagaimana kualitas pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024. Dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *tangible* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?
2. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *reliability* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?
3. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *responsiveness* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?
4. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *assurance* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?
5. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *empathy* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?
6. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *cluster effect* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?
7. Bagaimana penerapan dimensi pelayanan *others* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dalam menempuh jenjang pendidikan diploma IV Program

Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

## 2. Tujuan Operasional

Adapun tujuan operasional dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dari event Indonesia Professional Organizer Summit 2024 dari segi *tangible, reliabilty, responsiveness, assurance, empathy, cluster effect, and others*.

## D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dalam segi akademis maupun praktis, yang meliputi:

### 1. Manfaat Akademis

Pada penelitian ini, penulis berharap dapat berkontribusi dalam mengembangkan kualitas pelayanan pada industri event serta memberikan wawasan kepada pihak industri event dan pembaca mengenai kualitas pelayanan pameran.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak penyelenggara event Indonesia Professional Organizer Summit 2024 dalam menilai segi kualitas pelayanan dari event tersebut dan diharapkan dapat memberikan evaluasi kinerja bagi pihak penyelenggara Indonesia Professional Organizer Summit 2024. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan gambaran kepada industri di bidang

penyelenggaraan MICE, terutama B2B event dalam menyelenggarakan event yang berkualitas.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Pameran**

Pameran menurut UFI – Organisasi Industri Pameran Dunia dalam Karsonno (2009), pameran adalah kegiatan pemasaran berkala dimana banyak perusahaan memamerkan berbagai produk dari satu atau lebih sektor industri, dan menjualnya atau memberikan informasi tentangnya untuk tujuan promosi penjualan. Sebagian besar pameran menarik masyarakat umum. Sedangkan menurut Quain (1994) dalam Dae Hui Lee (2019), dalam sebuah pameran, nilai pembelian yang nyaman, fungsi pendidikan dan aktivitas yang menyenangkan merupakan manfaat dan nilai utama bagi pengunjung. Selain itu, pameran modern mempertahankan karakteristik aslinya, meliputi tampilan produk, iklan perusahaan, dan komunikasi bisnis lainnya sambil menambahkan pertunjukan dan pengalaman yang lebih menyenangkan, menggembirakan, dan mendidik bagi pengunjung umum. Menurut Simangunsong dan Setyorini (2023), pameran sebagai bagian dari industri MICE didefinisikan sebagai acara dimana peserta pameran mendirikan stand, biasanya area yang disewa dari penyelenggara dan bertemu dengan pembeli potensial untuk menampilkan produk, layanan, atau informasi. Simangunsong dan Setyorini (2023) juga mengemukakan bahwa pengunjung pameran biasanya membutuhkan undangan atau tiket masuk

dan pameran berskala besar dapat menarik dan melibatkan banyak pelanggan.

Bentuk-bentuk pameran cukup bervariasi, diantaranya berdasarkan delapan kategori, yaitu target pengunjung, jenis, sifat, frekuensi, letak geografis, skala, lokasi, dan waktu. (Evelina, 2009).

a. Berdasarkan target pengunjung

- Business to business : pameran ini ditujukan untuk kalangan bisnis
- Business to customer : pameran ini ditujukan untuk konsumen, yaitu pengunjung umum dan paling banyak ditemui.
- Government to government : pameran ini jarang diadakan, dan jika diadakan, pameran ini menggunakan lokasi yang khusus dan terbatas. Para pengunjung terdiri dari berbagai negara yang menjadi pengunjung.

b. Berdasarkan jenisnya

- Pameran barang : pameran jenis ini menampilkan produk benda dalam bentuk aslinya. Misalnya, pameran mobil.
- Pameran jasa : pameran jasa ini menunjukkan dipamerkan adalah proses maupun pelayanan yang ditawarkan kepada publik. Misalnya, Pameran Perbankan, Pameran Jasa Wisata.

c. Berdasarkan sifatnya

- Pameran umum : pameran yang dapat diikuti oleh siapa saja dan dengan jenis ataupun barang apa saja yang bertujuan untuk memamerkan berbagai produk.
- Pameran khusus (tematik) : pameran dengan tema tertentu atau khusus, seperti Pameran Khusus Komputer, Pameran Khusus Persenjataan, dan pameran-pameran khusus lainnya.
- Pameran bersama : Untuk menghemat biaya, beberapa perusahaan yang bernaung dalam satu grup atau organisasi di industri yang sama mengadakan pameran bersama. Misalnya, pameran yang diadakan oleh beberapa perusahaan kendaraan dari grup Honda.
- Pameran patungan : Pameran patungan biasanya menggabungkan perusahaan yang ada dalam satu negara dan sejenis yang mengadakan pameran internasional. Pameran ini didanai oleh pihak ketiga. Misalnya, pameran yang diselenggarakan Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN).

d. Berdasarkan frekuensinya

- Pameran berkala : Pameran ini dilaksanakan secara rutin dan berkala dengan jadwal yang tetap setiap tahun. Misalnya, pameran Renovation Expo yang rutin diadakan pada bulan April setiap tahun.
- Pameran insidental : Pameran ini berlangsung sewaktu-waktu saja apabila dianggap perlu atau jika ada kesempatan.

Misalnya berupa bazar di kampus atau di lingkungan tertentu.

e. Berdasarkan lingkup geografis

- Pameran lokal : Pameran lokal biasanya diadakan di sebuah kota untuk menginformasikan organisasi atau menampilkan hasil produksi daerah setempat. Misalnya, pameran untuk konsultan Ikatan Arsitektur atau Himpunan Ahli Konstruksi Cabang DKI Jakarta, mengadakan Pameran Pembangunan Daerah Banten.
- Pameran nasional : Pameran nasional menyajikan kegiatan organisasi berskala nasional atau hasil produksi dalam negeri yang memiliki jangkauan pemasaran nasional.
- Pameran internasional : Pameran internasional biasanya diikuti oleh banyak negara-negara di seluruh dunia yang menampilkan hasil produksi maupun kegiatan dari masing-masing negara. Misalnya, *Internatinoal Trade Exhibition*.

f. Berdasarkan skala

- Pameran berskala besar : Pameran ini khusus diselenggarakan untuk mempromosikan barang buatan dari suatu negara ke negara lain dan menarik minat pembeli atau importir lokal.
- Pameran berskala kecil : Pameran berskala kecil ini biasanya diadakan di area sekitar 100 meter dan hanya diikuti sekitar 10 stand pameran saja.

g. Berdasarkan lokasi

- Pameran di luar ruangan (outdoor exhibition) : Pameran outdoor biasanya diadakan di ruangan terbuka, biasanya dapat berbentuk bazaar.
- Pameran terbatas : Pameran ini diadakan di dalam ruangan. Misalnya, di ruangan khusus dalam hotel atau maupun ruangan gedung yang disewa eksklusif untuk tamu undangan.
- Pameran keliling (roadshow) : Pameran ini biasanya dilakukan di lokasi yang dianggap dapat meraih target pasar yang besar. Misalnya, pameran oleh Bank International Indonesia (BII), Citi Bank, dan beberapa bank lainnya untuk promosi program kartu kredit mereka.

h. Berdasarkan waktu

- Pameran dengan jangka waktu yang lama : Pameran ini berlangsung selama waktu yang telah ditetapkan. Misalnya, satu bulan atau bahkan selama satu tahun, namun pembayaran sewa stand pameran dilakukan setiap bulan. Peserta stand tidak mutlak harus selalu ikut, bisa saja mereka hanya berpameran selama tiga bulan berturut-turut, tergantung pada jumlah omzet yang mereka peroleh. Bentuk pameran ini sudah ada di mall dan plaza di beberapa kota besar. Biasanya, pihak event organizer membuat kontrak selama satu tahun kepada pihak mal untuk satu area khusus

pameran elektronik, pameran furniture, atau pameran home appliance.

- Pameran dengan jangka waktu yang pendek : Pameran ini biasanya berlangsung selama kurang dari satu minggu hingga sepuluh hari atau bahkan hanya tiga hingga lima hari untuk pameran yang ditujukan untuk para pekerja.

## **2. B2B Event**

B2B adalah singkatan dari business to business, yang berarti hubungan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, acara B2B adalah pertemuan tatap muka, virtual, atau gabungan yang mempertemukan dua atau lebih bisnis. Biasanya perusahaan atau organisasi tersebut memiliki kesamaan, seperti beroperasi di industri, sektor, atau profesi tertentu. (Olivia, 2023). Pada banyak layanan bisnis-ke-bisnis, cenderung ada lebih dari satu kali pertemuan layanan. Hubungan pelanggan yang langgeng dan panjang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, banyak perusahaan yang berusaha untuk membangun dan memperthankan hubungan pelanggan jangka panjang. (Rasila, 2009). Misalnya, dalam B2B event, kontrak mungkin menjadi standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja layanan. (Rasila, 2009). Ini berarti bahwa ekspektasi ditetapkan oleh kontrak, dan pelanggan kemudian membandingkannya dengan kinerja layanan yang sebenarnya. (Rasila, 2009).

## **3. Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman dkk dalam Bagus Githa (2018), kualitas pelayanan merupakan evaluasi dari peserta atau konsumen terhadap keunggulan atau superioritas suatu produk secara keseluruhan.

Menurut Yun dan Lee (2016) dalam Dae Hui Lee (2019), kualitas pelayanan pameran dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu *service product* atau produk pelayanan, *service environment* atau lingkungan pelayanan, dan *service delivery* atau penyampaian pelayanan. Produk pelayanan mengacu pada berbagai program acara yang ditawarkan untuk memasarkan produk dan pelayanan kepada peserta umum, produk pelayanan ini mempunyai hubungan paling tinggi secara signifikan dengan nilai sosial diikuti dengan nilai emosional dan nilai ekonomi. Lingkungan pelayanan mengacu pada aspek lingkungan yang mempengaruhi pengalaman pengunjung dalam pameran, lingkungan pelayanan ini lebih kuat dikaitkan dengan nilai sosial dan nilai ekonomi dibandingkan dengan nilai emosional. Penyampaian pelayanan mengacu pada kapasitas karyawan yang bekerja untuk mempromosikan produk dan pelayanan mereka kepada pengunjung umum di pameran, penyampaian pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nilai emosional, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekonomi dan nilai sosial. (Lee, 2019).

*Service product* atau produk pelayanan mengacu pada berbagai program acara yang ditawarkan untuk memasarkan produk dari layanan kepada peserta umum. Jung (2005) dalam Lee (2019) menekankan bahwa isi program dianggap oleh pengunjung umum sebagai dimensi paling penting dari kualitas pelayanan pameran. Program acara berguna untuk

memperluas interaksi bisnis dan mendorong aktivitas manusia sekaligus meningkatkan perhatian dan partisipasi peserta (Lee, 2007). Selain itu, program dengan ide unik dan kreatif dapat berkontribusi terhadap jumlah pengunjung dan retensi peserta pameran (Lee dan Palakurthi, 2013).

*Service environment* atau lingkungan pelayanan mengacu pada aspek lingkungan yang mempengaruhi pengalaman pengunjung dalam pameran. *Service delivery* atau penyampaian pelayanan mengacu pada kapasitas karyawan yang bekerja untuk mempromosikan produk dan layanan mereka kepada pengunjung umum di pameran.

Parasuraman et al (1988) telah mendefinisikan konsep kualitas layanan dalam lima dimensi utama, yakni *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, serta *empathy*. Sedangkan menurut Simangunsong dan Setyorini (2023), variabel-variabel kualitas pelayanan merupakan kombinasi integrasi dari model asli SERVQUAL maka dikembangkan menjadi tujuh dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance employee*, *empathy*, *cluster effect*, dan *others*. *Tangible* terdapat 12 indikator, *reliability* terdapat 5 indikator, *responsiveness* terdapat 5 indikator, *assurance* terdapat 4 indikator, *empathy* memiliki 4 indikator, *cluster effect* memiliki 4 indikator, dan *others* memiliki 3 indikator.

a. *Tangible*

*Tangible* berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi. (Parasuraman, 1988).

b. *Reliability*



*Reliability* merupakan kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat. (Parasuraman, 1988).

c. *Responsiveness*

*Responsiveness* merupakan kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan (Parasuraman, 1988).

d. *Assurance*

*Assurance* merupakan pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuannya menginspirasi kepercayaan dan keyakinan. (Parasuraman, 1988).

e. *Empathy*

*Empathy* merupakan bentuk kepedulian, perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. (Parasuraman, 1988).

f. *Cluster Effect*

Faktor daya tarik destinasi dianggap penting oleh penyelenggara (Jin & Weber, 2016). Dalam hasil penelitian Jin & Weber pada tahun 2016, *cluster effect* ini meliputi permintaan pasar, orientasi pasar, konsentrasi industri basis industri, konsentrasi peserta pameran dan asosiasi industri profesional. Hasil penelitian Jin & Weber pada tahun 2016 tersebut menunjukkan bahwa penyelenggara mengambil pendekatan rasional dan holistik terhadap evaluasi berbagai aspek kota pameran yang potensial, dengan mempertimbangkan permintaan pasar berdasarkan dampak ekonomi dan klaster terhadap

aksesibilitas, lingkungan rekreasi, fasilitas tempat dan faktor pendukung lainnya.

Whitfield et al (2014) dalam Jin & Weber (2016), mengatakan bahwa destinasi pameran dapat diukur dengan beberapa faktor, yaitu fasilitas pertemuan, insentif, konferensi dan pameran (MICE), akomodasi, aksesibilitas, peluang rekreasi dan profesional, serta atribut destinasi. Jin et al (2013) mengembangkan skala yang memasukkan efek cluster ke dalam faktor tujuan pameran dari sudut pandang peserta pameran. Oleh karena itu, beragamnya tujuan kehadiran dan biaya peralihan, pengunjung cenderung mempunyai pertimbangan yang jelas tentang persepsi pengunjung untuk memutuskan destinasi yang cocok untuk pameran tertentu. (Jin & Weber, 2016).

Manajemen pameran merupakan proses yang kompleks, keberhasilan sebuah pameran bergantung pada koordinasi yang erat antara penyelenggara, peserta pameran, dan pengunjung. (Jin & Weber, 2016). Peserta pameran menganggap kualitas dan jumlah pengunjung sangat penting bagi keberhasilan sebuah pameran. (Jin & Weber, 2016). Pihak penyelenggara memiliki tugas untuk menyediakan wadah guna memfasilitasi hubungan antara peserta pameran dan pengunjung dari sebelum, selama, dan setelah acara. (Jin & Weber, 2016). Kinerja dari penyelenggara dan kualitas pemasok (seperti tempat, kontraktor, dan layanan lokal terkait) dapat mempengaruhi persepsi kualitas pengalaman pameran, dan

manajemen hubungan pelanggan semakin penting untuk pameran yang berkelanjutan dan sukses (Jin & Weber, 2016). Tidak hanya itu, penyelenggara berpandangan bahwa suatu destinasi pameran harus memiliki pasar untuk menjadi tuan rumah pameran sektor industri yang mengacu pada perkembangan industri pendukungnya di wilayah yang lebih luas. (Jin & Weber, 2016). Bagi peserta pameran, indikator penting untuk efek klaster yang mencakup kepemimpinan kota tuan rumah di sektor industri, kehadiran asosiasi industri, dan kota sebagai pusat distribusi menjadi faktor yang dinilai peserta pameran dalam menentukan daya destinasi pameran. (Jin & Weber, 2016).

g. *Others*

Simangunsong dan Setyorini (2023) berpendapat bahwa pada dimensi ini terdapat 3 indikator, yaitu dukungan pemerintah, undang yang lain, dan pengunjung suka berlama-lama di pameran.

He et al (2020), mengidentifikasi asosiasi perdagangan dan pemerintah sebagai dua pemangku kepentingan eksternal utama untuk keberlangsungan pameran. Selain itu, penyelenggara pameran sering kali membina hubungan dengan lembaga pemerintah untuk meminta testimoni mereka dan memasukkan kelompok-kelompok ini ke dalam daftar sponsor resmi untuk lebih menarik peserta pameran dan pengunjung (He et al, 2020). Sedangkan hubungan dengan organisasi lain menunjukkan kepada pelanggan dan

pemangku kepentingan lainnya bahwa *start-up* tersebut telah menerima persetujuan evaluatif. (He et al, 2020).

Melalui asosiasi perdagangan, penyelenggara pameran yang baru berdiri dapat memperoleh akses ke anggota dalam jaringan asosiasi perdagangan untuk merekrut peserta pameran dan pengunjung, serta mendorong kehadiran mereka. (Tafesse, 2014).

## B. Kerangka Pemikiran

**GAMBAR 7**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**



Sumber: Simangunsong dan Setyorini (2023)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis data pada metode ini bersifat kuantitatif/statistik. (Sugiyono, 2022).

#### **B. Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024. Event ini diselenggarakan pada tanggal 6-8 Mei 2024 di Hotel Discovery Ancol. Pada penelitian ini yang akan dijadikan suatu objek penelitian peneliti adalah Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024. Indonesia Professional Organizer Summit merupakan acara B2B forum yang sudah menjadi kontributor utama pada sektor event management di Indonesia dan sudah berlangsung sejak tahun 2013.

#### **C. Populasi dan Sampling**

##### **1. Populasi**

Sugiyono (2022), populasi merupakan kumpulan umum dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik spesifik yang ditetapkan untuk diteliti dan dianalisis guna menarik kesimpulan. Populasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah para peserta *seller* atau *exhibitor* yang hadir pada *event* Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

## 2. Sample dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2022), sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang sesuai dengan populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sample jenis *non-probability sampling* berupa sampling jenuh. Sugiyono (2022), teknik sampling jenuh digunakan ketika semua anggota populasi diambil sebagai sampel. Teknik ini juga dikenal sebagai sensus, di mana seluruh anggota populasi menjadi bagian dari sampel.

## D. Metode Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengambilan Data

#### a. Kuesioner/Angket

Kuesioner yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2022). Kuesioner ini akan disebarkan kepada para responden peserta *seller* atau *exhibitor* Indonesia Professional Organizer Summit 2024 dan digunakan sebagai data primer.

b. Observasi

Menurut Sugiyono (2022), observasi memiliki karakteristik yang khas sebagai teknik pengumpulan data dibandingkan dengan teknik lain seperti kuesioner dan wawancara.

## 2. Alat Kumpul Data

a. Kuesioner/Angket

Sugiyono (2022) berpendapat bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Data yang didapat dari kuesioner/angket ini yang akan menjadi data primer dari penelitian ini untuk diukur kualitas pelayanan dari Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

Penelitian ini dibagikan melalui *google form* dan dibagikan kepada para *seller* yang hadir dalam event Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

b. Panduan Observasi

Menurut Sugiyono (2022), observasi memiliki karakteristik yang khas sebagai teknik pengumpulan data dibandingkan dengan teknik lain seperti kuesioner dan wawancara. Penulis melakukan observasi berperan serta atau *participant observation* sebagai *staff freelancer* pada *event* Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu konsep yang digambarkan dalam definisi konsep tertentu saja tidak akan dapat diobservasi atau diukur gejalanya di lapangan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan di lapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur. (Purwanto dan Sulistyastuti, 2011).

**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Tangible	Fasilitas fisik	T1	Petunjuk arah (signage) dalam venue IPOS jelas dan membantu pengunjung menavigasi ruang acara dengan mudah	Ordinal
		Peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan	T2	Peralatan dan perlengkapan yang disediakan oleh panitia penyelenggara memudahkan interaksi antar arah selama kegiatan berlangsung	Ordinal
		Penampilan personil penyedia	T3	Penampilan panitia penyelenggara menunjukkan bahwa mereka siap dan mampu melayani tamu, mitra kerja dan atau delegasi	Ordinal
		Penampilan personil: staff	T4	Penampilan staff mencerminkan citra yang positif	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*



**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Tangible	Representasi fisik layanan	T5	Fasilitas fisik seperti gedung, venue acara, dan perlengkapan/peralatan yang digunakan dalam kondisi baik dan layak	Ordinal
		Lingkungan fisik	T6	Tingkat pencahayaan di area acara cukup terang dan mendukung aktivitas di dalamnya.	Ordinal
		Kebersihan	T7	Kebersihan area acara terjaga dengan baik.	Ordinal
		Tata letak ruang	T8	Ruang acara memiliki tata letak yang baik sehingga memudahkan pergerakan pengunjung.	Ordinal
		Aksesibilitas	T9	Akses keluar-masuk venue teratur dan tidak membingungkan bagi tamu dan atau delegasi	Ordinal
		Ukuran area pameran	T10	Ukuran area acara (floor plan) sesuai dengan jumlah peserta dan skala acara yang diselenggarakan.	Ordinal
		Desain fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung	T11	Desain venue IPOS mempertimbangkan kemudahan akses dan mobilitas pengunjung.	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*

**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Tangible	Pemeliharaan fasilitas	T12	Peralatan dan perlengkapan penunjang produksi yang digunakan dalam acara selalu dalam kondisi baik dan siap pakai.	Ordinal
	Reliability	Melakukan layanan dengan andal dan akurat	RB1	Informasi yang disampaikan oleh panitia acara selalu aktual dan relevan dengan kebutuhan.	Ordinal
		Dilakukan pada waktu yang telah ditentukan	RB2	Sesi-sesi kegiatan IPOS-9 selalu dimulai dan diakhiri tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan.	Ordinal
		Konsistensi kinerja	RB3	Panitia penyelenggara mampu menunjukkan tingkat profesionalisme yang konsisten selama kegiatan berlangsung.	Ordinal
		Keakuratan dalam penagihan	RB4	(Khusus SELLER) Semua biaya dan tarif yang tercantum telah dijelaskan dengan transparan oleh panitia penyelenggara.	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*

**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Reliability	Menyimpan cattan dengan benar	RB5	Dinamika informasi yang beredar selama kegiatan selalu dicatat, disimpan dan dikomunikasikan secara sistematis oleh Panitia Penyelenggara	Ordinal
	Responsiveness	Memberikan layanan yang cepat	RS1	Proses pendaftaran dan registrasi ulang di acara ini berlangsung dengan cepat dan efisien.	Ordinal
		Kemauan untuk membantu pelanggan	RS2	Panitia penyelenggara selalu berusaha memenuhi kebutuhan tamu dan atau delegasi.	Ordinal
		Segera mengirimkan slip transaksi	RS3	(Khusus SELLER) Panitia acara selalu memastikan para peserta menerima bukti transaksi untuk setiap pendaftaran atau pembelian yang dilakukan.	Ordinal
		Penyedia/penyelenggara memanggil pelanggan kembali dengan cepat	RS4	Delegasi tidak harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan respons dari panitia penyelenggara	Ordinal
		Staff: memanggil kembali pelanggan dengan cepat	RS5	Panitia penyelenggara menyediakan informasi yang aktual, relevan dan bermanfaat saat dibutuhkan delegasi.	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*

**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Assurance Employee	Pengetahuan, kesopanan, dan kemauan untuk menyampaikan	AE1	Panitia penyelenggara memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan dapat menyampaikan informasi dengan efektif.	Ordinal
		Keyakinan yang dirasakan pelanggan	AE2	Panitia acara transparan dalam semua aspek operasional mereka.	Ordinal
		Booth management	AE3	Penataan, pengaturan dan pengelolaan sesi TABLE TOP dilakukan dengan profesional dan efisien.	Ordinal
		Kompetensi	AE4	Panitia penyelenggara mampu menjawab pertanyaan yang bersifat teknis maupun non-teknis terkait dengan layanan selama kegiatan.	Ordinal
		Kepatuhan	AE5	Panitia penyelenggara transparan dan terbuka dalam proses pengelolaan kegiatan ini.	Ordinal
		Keamanan	AE6	Delegasi merasa aman dan nyaman atas informasi pribadi dan data bisnis yang digunakan dalam forum ini.	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*

**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan	Empathy	Kepedulian terhadap pelanggan	E1	Permintaan atau keluhan delegasi selalu ditanggapi dengan cepat oleh panitia penyelenggara.	Ordinal
		Perhatian individu kepada pelanggan	E2	Panitia penyelenggara memberikan perhatian yang sama kepada setiap tamu/ delegasi tanpa membedakan.	Ordinal
		Keramahan empati karyawan	E3	Panitia penyelenggara memberikan pelayanan yang ramah dan sopan selama acara berlangsung.	Ordinal
		Kemasyarakatan, Perilaku personil	E4	Materi edukasi dalam program Smart Forum, Industry Check Up, dan Destination Update disajikan berdasarkan kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu sosial	Ordinal
	Cluster Effect	Daya Tarik Wisata	CE1	Lokasi event Indonesia Professional Organizer Summit diadakan di tempat yang memiliki daya tarik wisata yang tinggi.	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*

**TABEL 2**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan		Permintaan atau Orientasi Pasar	CE2	Acara ini memenuhi kebutuhan pasar untuk informasi dan tren terbaru dalam industri MICE dan event.	Ordinal
		Konsentrasi Industri Basis Industri	CE3	Acara ini menarik banyak peserta dari berbagai sektor industri yang terkait	Ordinal
		Konsentrasi Peserta Pameran dan Asosiasi Industri Profesional	CE4	Acara ini memberikan kesempatan jaringan yang luas dengan peserta pameran dan asosiasi industri profesional	Ordinal
	Others	Dukungan Pemerintah	O1	Dukungan dari pemerintah meningkatkan kredibilitas acara ini.	Ordinal
		Undang yang lain	O2	Acara ini layak untuk diikuti oleh lebih banyak orang di industri penyelenggara acara	Ordinal
		Pengunjung suka berlama-lama di pameran	O3	Delegasi menikmati berbagai aktivitas dan presentasi yang disediakan dalam acara ini	Ordinal

*Sumber: Simangunsong & Setyorini. 2023.*

## **F. Analisis Data**

### **1. Teknik Analisis Data**

#### **a. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data dapat disajikan dalam berbagai format, seperti tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (ukuran tendensi sentral), desil, persentil, deviasi, dan perhitungan persentase. (Sugiyono, 2022).

#### **b. Penilaian Skala Rentang/Skala Likert**

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh para peneliti yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Variabel tersebut yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, serta dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2022). Skor skala likert 5 = Sangat setuju, 4 = Setuju, 3 = Ragu-ragu, 2 = Tidak setuju, 1= Sangat tidak setuju. (Sugiyono, 2022).

### **2. Alat Analisis Data**

Pada penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25 dan microsoft excel untuk mengolah data yang telah dikumpulkan.

### 3. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Sekarang & Bougie (2016) berpendapat bahwa uji validitas adalah pengujian terhadap instrumen penelitian untuk memastikan kesesuaian penggunaannya sesuai tujuan yang dimaksudkan. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*, di mana nilai  $r$  hitung setiap pernyataan dalam kuesioner dibandingkan dengan  $r$  tabel. Pada penelitian ini, pernyataan dianggap valid jika nilai  $r$  hitung  $\geq 0,349$ . Uji validitas ini akan menggunakan microsoft excel.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil pengujian validitas untuk kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

**TABEL 3**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
T1	0,888	0,349	Valid
T2	0,904	0,349	Valid
T3	0,875	0,349	Valid
T4	0,867	0,349	Valid
T5	0,823	0,349	Valid
T6	0,936	0,349	Valid
T7	0,922	0,349	Valid
T8	0,780	0,349	Valid

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*



**TABEL 3**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**(LANJUTAN)**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
T9	0,782	0,349	Valid
T10	0,929	0,349	Valid
T11	0,809	0,349	Valid
T12	0,918	0,349	Valid
RB1	0,636	0,349	Valid
RB2	0,380	0,349	Valid
RB3	0,926	0,349	Valid
RB4	0,778	0,349	Valid
RB5	0,906	0,349	Valid
RS1	0,695	0,349	Valid
RS2	0,890	0,349	Valid
RS3	0,503	0,349	Valid
RS4	0,884	0,349	Valid
RS5	0,940	0,349	Valid
AE1	0,923	0,349	Valid
AE2	0,838	0,349	Valid
AE3	0,500	0,349	Valid
AE4	0,920	0,349	Valid
AE5	0,952	0,349	Valid
AE6	0,741	0,349	Valid

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

**TABEL 3**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**(LANJUTAN)**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
E1	0,877	0,349	Valid
E2	0,837	0,349	Valid
E3	0,951	0,349	Valid
E4	0,826	0,349	Valid
CE1	0,780	0,349	Valid
CE2	0,780	0,349	Valid
CE3	0,694	0,349	Valid
CE4	0,713	0,349	Valid
O1	0,873	0,349	Valid
O2	0,923	0,349	Valid
O3	0,659	0,349	Valid

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

b. Uji Reliabilitas

Sekaran & Bougie (2016), uji validitas diperoleh dengan menguji instrumen penelitian untuk menilai konsistensi dan stabilitasnya. Uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan *Reliability Analysis* perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25 dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* bernilai  $\geq 0,6$ . Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang akan digunakan pada kuesioner penelitian ini.

**GAMBAR 8**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.987	39

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

**G. Jadwal Penelitian**

**TABEL 4**  
**JADWAL PENELITIAN**

No	Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Penyusunan TOR							
2.	Penyusunan Proposal Penelitian							
3.	Pengajuan Surat Izin Penelitian							
4.	Seminar Usulan Penelitian							
6.	Pengumpulan Data							
7.	Pengolahan Data							
9.	Sidang Akhir							
10.	Perbaikan Hasil Proyek Akhir							
11.	Pengumpulan Hasil Proyek Akhir							

*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

## BAB IV

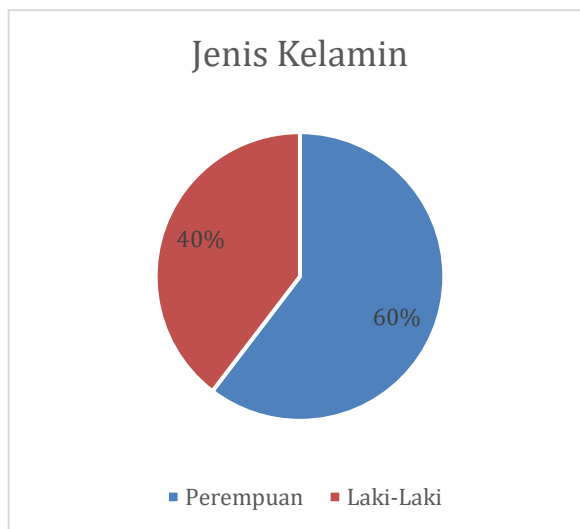
### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel pada delegasi *seller* Indonesia Professional Organizer Summit 2024 sebanyak 52 responden untuk diberikan angket atau kuesioner. Fokus penelitian tersebut mengenai kualitas pelayanan event Indonesia Professional Organizer Summit 2024, diantaranya; *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance employee*, *empathy*, *cluster effect*, dan *others*.

Berikut profil dari responden yang telah mengisi angket yang dibagikan oleh penulis.

**DIAGRAM 1**  
**JENIS KELAMIN DELEGASI *SELLER* INDONESIA**  
**PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT 2024**

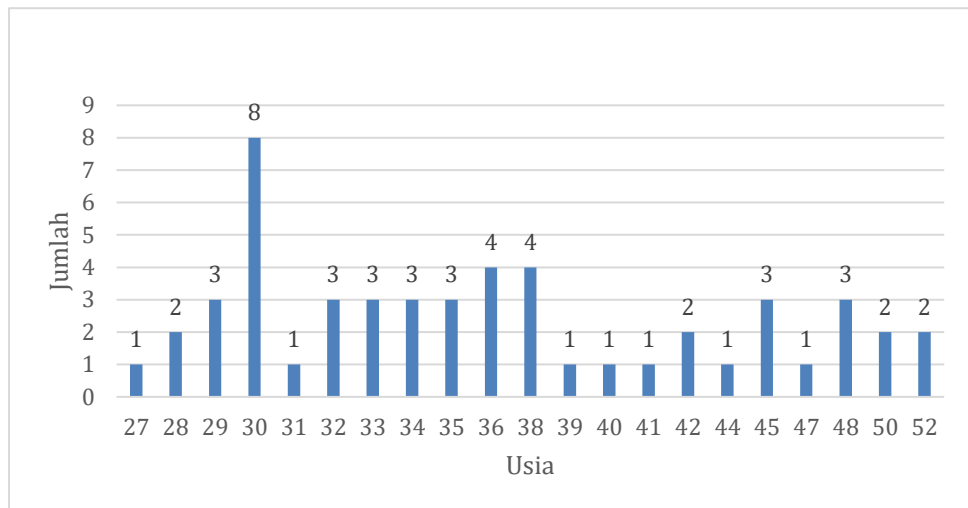


*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Berdasarkan pada data digram 1 di atas, tertera bahwa delegasi *seller* dalam IPOS 2024 lebih dominan perempuan dibanding dengan laki-laki. Hal ini

terbukti dari lima puluh dua sampel yang penulis ambil sebagai responden dari *seller* IPOS 2024, sebanyak enam puluh persen berjenis kelamin perempuan dan empat puluh persen berjenis kelamin laki-laki.

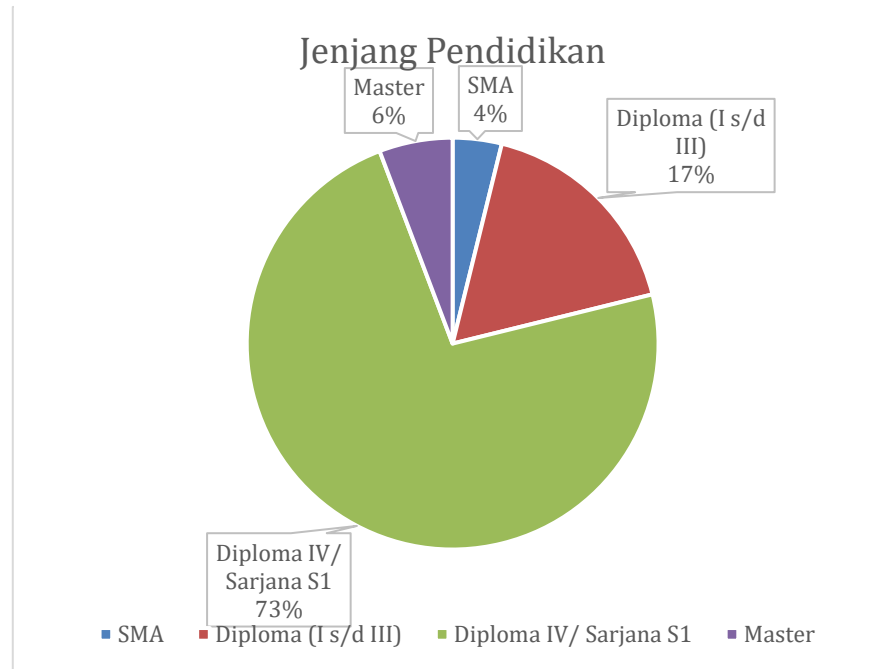
**DIAGRAM 2**  
**USIA PESERTA *SELLER* INDONESIA PROFESSIONAL**  
**ORGANIZER SUMMIT 2024**



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Diagram di atas menunjukkan distribusi usia *exhibitor* yang mengikuti *event* Indonesia Professional Organizer Summit 2024. Diagram tersebut menampilkan usia *exhibitor* mulai dari 27 hingga 52 tahun. Data tersebut didominasi oleh usia 30 tahun dengan jumlah *exhibitor* 8 orang. Usia-usia lainnya memiliki distribusi yang lebih merata dengan beberapa puncak kecil di usia 36 dan 38 tahun, posisi ketiga dengan rentang usia 29 tahun, 32 hingga 35 tahun, serta usia 45 tahun dan 48 tahun.

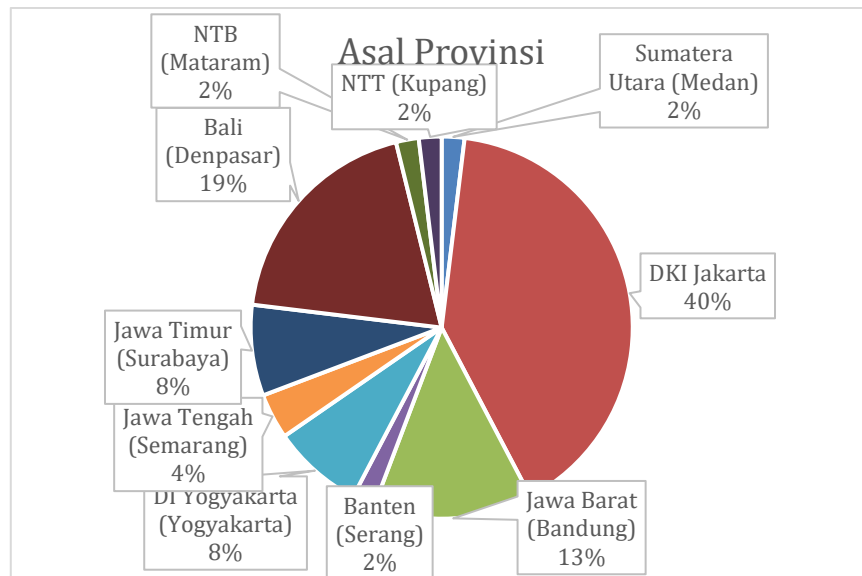
**DIAGRAM 3**  
**JENJANG PENDIDIKAN PESERTA *SELLER* INDONESIA**  
**PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT 2024**



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Secara keseluruhan, jenjang pendidikan *exhibitor* Indonesia Professional Organizer Summit 2024 berada di tingkat Diploma IV/Sarjana S1 dengan presentase sebanyak 73%, diikuti oleh Diploma (I s/d III) dengan presentase 17%, Master atau S2 dengan presentase 6%, dan SMA sebesar 4%.

**DIAGRAM 4**  
**ASAL PROVINSI PESERTA *SELLER* INDONESIA PROFESSIONAL**  
**ORGANIZER SUMMIT 2024**



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Secara keseluruhan, asal provinsi dari para *exhibitor* Indonesia Professional Organizer Summit 2024 didominasi oleh provinsi DKI Jakarta dengan presentase 40%, diikuti oleh Bali sebesar 19%, Jawa Barat 13%, Jawa Timur dan Yogyakarta sebesar 8%, Jawa Tengah 4%, dan Nusa Tenggara Barat, Banten, Nusa Tenggara Timur dan Sumatera Utara sebesar 2%.

Setelah mengetahui profil responden, pembahasan akan berlanjut pada hasil yang telah diperoleh dari distribusi kuesioner selama acara Indonesia Professional Organizer Summit 2024 terkait kualitas pelayanan dalam acara tersebut. Kuesioner ini berisi tiga puluh sembilan pertanyaan dengan skala penilaian likert 1-5. Bobot penilaian dari skala likert adalah sebagai berikut.

**TABEL 5**  
**BOBOT NILAI SKALA LIKERT**

SKALA LIKERT	BOBOT NILAI
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

**1. Tangible**

**TABEL 6**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI *TANGIBLE***

Tangible								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Fasilitas Fisik	F	28	19	3	0	2	52	4,37
	Skor	140	76	9	0	2	227	
	%	53,8%	36,5%	5,8%	0,0%	3,8%	100%	
Peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan	F	29	19	3	1	0	52	4,46
	Skor	145	76	9	2	0	232	
	%	55,8%	36,5%	5,8%	1,9%	0,0%	100%	
Penampilan personil: penyedia	F	34	16	1	0	1	52	4,58
	Skor	170	64	3	0	1	238	
	%	65,4%	30,8%	1,9%	0,0%	1,9%	100%	
Penampilan personil: staff	F	23	26	2	1	0	52	4,37
	Skor	115	104	6	2	0	227	
	%	44,2%	50%	3,8%	1,9%	0,0%	100%	
Representasi fisik layanan	F	29	18	3	2	0	52	4,42
	Skor	145	72	9	4	0	230	
	%	55,8%	34,6%	5,8%	3,8%	0,0%	100%	
Lingkungan fisik	F	32	16	3	1	0	52	4,52
	Skor	160	64	9	2	0	235	
	%	61,5%	30,8%	5,8%	1,9%	0,0%	100%	
Kebersihan	F	25	23	3	0	1	52	4,37
	Skor	125	92	9	0	1	227	
	%	48,1%	44,2%	5,8%	0,0%	1,9%	100%	
Tata letak ruang	F	27	19	4	2	0	52	4,37
	Skor	135	76	12	4	0	227	
	%	51,9%	36,5%	7,7%	3,8%	0,0%	100%	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*



**TABEL 6**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI *TANGIBLE***  
**(LANJUTAN)**

Tangible								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Aksesibilitas	F	26	20	5	1	0	52	4,37
	Skor	130	80	15	2	0	227	
	%	50,0%	38,5%	9,6%	1,9%	0,0%	100%	
Ukuran Area pameran	F	30	19	2	1	0	52	4,50
	Skor	150	76	6	2	0	234	
	%	57,7%	36,5%	3,8%	1,9%	0,0%	100%	
Desain fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung	F	31	17	3	0	1	52	4,48
	Skor	155	68	9	0	1	233	
	%	59,6%	32,7%	5,8%	0,0%	1,9%	100%	
Pemeliharaan fasilitas	F	24	26	1	1	0	52	4,40
	Skor	120	104	3	2	0	229	
	%	46,2%	50,0%	1,9%	1,9%	0,0%	100%	
<b>Total Skor</b>							<b>2766</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

Tabel tersebut merupakan hasil dari pengolahan data untuk dimensi “*tangible*” yang terdiri dari dua belas indikator. Total skor yang diperoleh dari sebelas indikator ini adalah 2766. Skor rata-rata untuk setiap indikator berkisar antara 4,37 hingga 4,58. Rata-rata skor tertinggi terdapat pada indikator “Penampilan personil penyedia” dengan rata-rata 4,58 dan rata-rata skor terendah terdapat pada indikator “Fasilitas fisik”, “Penampilan personil staff”, “Kebersihan”, “Tata letak ruang”, dan “Aksesibilitas”. Berikut interpretasi dari setiap indikator:

- a. Indikator pertama yaitu fasilitas fisik. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 28 orang dengan persentase 53,8%, skor 4 sebanyak 19 orang dengan persentase 36,5%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%.

- b. Indikator kedua yaitu peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 19 orang dengan persentase 36,5%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- c. Indikator ketiga yaitu penampilan personil penyedia. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 34 orang dengan persentase 65,4%, skor 4 sebanyak 16 orang dengan persentase 30,8%, skor 3 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
- d. Indikator keempat yaitu penampilan personil staff. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 4 sebanyak 26 orang dengan persentase 50%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- e. Indikator kelima yaitu representasi fisik layanan. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 18 orang dengan persentase 34,6%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- f. Indikator keenam yaitu lingkungan fisik. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 32 orang dengan persentase 61,5%, skor 4 sebanyak 16 orang dengan persentase 30,8%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan

- persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- g. Indikator ketujuh yaitu kebersihan. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 25 orang dengan persentase 48,1%, skor 4 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
  - h. Indikator kedelapan yaitu tata letak ruang. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 27 orang dengan persentase 51,9%, skor 4 sebanyak 19 orang dengan persentase 36,5%, skor 3 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,7%, skor 2 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
  - i. Indikator kesembilan yaitu aksesibilitas. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 26 orang dengan persentase 50%, skor 4 sebanyak 20 orang dengan persentase 38,5%, skor 3 sebanyak 5 orang dengan persentase 9,6%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
  - j. Indikator kesepuluh yaitu ukuran area pameran. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 30 orang dengan persentase 57,7%, skor 4 sebanyak 19 orang dengan persentase 36,5%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
  - k. Indikator kesebelas yaitu desain fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 31 orang

dengan persentase 59,6%, skor 4 sebanyak 17 orang dengan persentase 32,7%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.

1. Indikator kedua belas yaitu pemeliharaan fasilitas. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 24 orang dengan persentase 46,2%, skor 4 sebanyak 26 orang dengan persentase 50%, skor 3 dan skor 2 masing-masing sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

## 2. Reliability

**TABEL 7**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI *RELIABILITY***

Reliability								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Melakukan layanan dengan andal dan akurat	<b>F</b>	20	25	6	1	0	52	4,23
	<b>Skor</b>	100	100	18	2	0	220	
	<b>%</b>	38,5%	48,1%	11,5%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Dilakukan pada waktu yang telah ditentukan	<b>F</b>	34	17	0	0	1	52	4,60
	<b>Skor</b>	170	68	0	0	1	239	
	<b>%</b>	65,4%	32,7%	0,0%	0,0%	1,9%	<b>100%</b>	
Konsistensi kinerja	<b>F</b>	35	15	1	1	0	52	4,62
	<b>Skor</b>	175	60	3	2	0	240	
	<b>%</b>	67,3%	28,8%	1,9%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Keakuratan dalam penagihan	<b>F</b>	33	18	1	0	0	52	4,62
	<b>Skor</b>	165	72	3	0	0	240	
	<b>%</b>	63,5%	34,6%	1,9%	0,0%	0,0%	<b>100%</b>	
Menyimpan catatan dengan benar	<b>F</b>	29	20	2	1	0	52	4,48
	<b>Skor</b>	145	80	6	2	0	233	
	<b>%</b>	55,8%	38,5%	3,8%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
<b>Total Skor</b>							<b>1172</b>	

Sumber: Data olahan penulis, 2024.

Tabel di atas menampilkan hasil tanggapan responden terhadap indikator-indikator pada dimensi “*reliability*” dengan menggunakan bobot tanggapan dari 1 hingga 5. Total skor yang diperoleh dari sebelas indikator ini adalah 1172. Skor rata-rata untuk setiap indikator berkisar antara 4,23 hingga 4,62, hal

ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju atau setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada pada dimensi “*reliability*”. Indikator dengan skor rata-rata tertinggi adalah “konsistensi kinerja” dan “Keakuratan dalam penagihan” yang menunjukkan bahwa responden sangat puas dengan kedua aspek tersebut. Sedangkan untuk rata-rata terendah ada pada indikator “Melakukan layanan dengan andal dan akurat”. Berikut interpretasi dari setiap indikator:

- a. Indikator yang pertama, yaitu melakukan layanan dengan andal dan akurat. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 20 orang dengan persentase 38,5%, skor 4 sebanyak 25 orang dengan persentase 48,1%, skor 3 sebanyak 6 orang dengan persentase 11,5%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- b. Indikator yang kedua, yaitu dilakukan pada waktu yang telah ditentukan. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 34 orang dengan persentase 65,4%, skor 4 sebanyak 17 orang dengan persentase 32,7%, skor 3 dan skor 4 masing-masing sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, serta skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
- c. Indikator yang ketiga, yaitu konsistensi kinerja. Jumlah responden yang memberikan skor 5 adalah 35 orang dengan persentase 67,3%, skor 4 diberikan oleh 15 orang dengan persentase 28,8%, skor 3 dan skor 2 masing-masing oleh 1 orang dengan persentase 1,9%, serta tidak ada responden yang memberikan skor 1 dengan persentase 0%.

- d. Indikator yang keempat, yaitu keakuratan dalam penagihan. Jumlah responden yang memberikan skor 5 adalah 42 orang dengan persentase 63,5%, skor 4 sebanyak 23 orang dengan persentase 34,6%, skor 3 adalah 1 orang dengan persentase 1,9%, dan tidak ada responden yang memberikan skor 2 atau 1 dengan persentase 0%.
- e. Indikator yang kelima, yaitu menyimpan catatan dengan benar. Jumlah responden yang memberikan skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 20 orang dengan persentase 38,5%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

### 3. Responsiveness

**TABEL 8**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI**  
**RESPONSIVENESS**

Responsiveness								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Memberikan layanan yang cepat	<b>F</b>	29	21	1	1	0	52	4,50
	<b>Skor</b>	145	84	3	2	0	234	
	<b>%</b>	55,8%	40,4%	1,9%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Kemauan untuk membantu pelanggan	<b>F</b>	29	20	2	1	0	52	4,48
	<b>Skor</b>	145	80	6	2	0	233	
	<b>%</b>	55,8%	38,5%	3,8%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Segera mengirimkan slip transaksi	<b>F</b>	25	25	2	0	0	52	4,44
	<b>Skor</b>	125	100	6	0	0	231	
	<b>%</b>	48,1%	48,1%	3,8%	0,0%	0,0%	<b>100%</b>	
Penyedia/penyelenggara: memanggil pelanggan kembali dengan cepat	<b>F</b>	28	21	2	0	1	52	4,44
	<b>Skor</b>	140	84	6	0	1	231	
	<b>%</b>	53,8%	40,4%	3,8%	0,0%	1,9%	<b>100%</b>	
Staff memanggil kembali pelanggan dengan cepat	<b>F</b>	32	17	2	1	0	52	4,54
	<b>Skor</b>	160	68	6	2	0	236	
	<b>%</b>	61,5%	32,7%	3,8%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
<b>Total Skor</b>							<b>1165</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

Tabel tersebut merupakan hasil dari pengolahan data untuk dimensi “*responsiveness*” yang terdiri dari lima indikator. Total skor yang diperoleh dari lima indikator ini adalah 1165. Skor rata-rata untuk setiap indikator berkisar antara 4,44 hingga 4,54 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju atau setuju dengan pernyataan-pernyataan dalam dimensi “*responsiveness*”. Indikator dengan skor rata-rata tertinggi adalah “Staff memanggil kembali pelanggan dengan cepat” dengan rata-rata 4,54, hal ini menunjukkan bahwa responden sangat puas dengan kecepatan staff dalam menanggapi pelanggan. Sedangkan rata-rata terendah dalam dimensi ini ada pada indikator “Segera mengirimkan slip transaksi” dan “Penyedia/penyelenggara memanggil kembali pelanggan dengan cepat” dengan masing-masing rata-rata 4,44. Berikut adalah interpretasi dari setiap indikator:

- a. Indikator pertama, yaitu memberikan layanan yang cepat. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 21 orang sebanyak 40,4%, skor 3 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- b. Indikator kedua, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 20 orang dengan persentase 38,5%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

- c. Indikator ketiga, yaitu segera mengirimkan slip transaksi. Responden yang memberi skor 5 dan 4 dengan masing-masing sebanyak 25 orang dengan persentase 48,1%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 dan 1 masing-masing 0 orang dengan 0%.
- d. Indikator keempat, yaitu penyedia/penyelenggara memanggil pelanggan kembali dengan cepat. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 28 orang dengan persentase 53,8%, skor 4 sebanyak 21 orang dengan persentase 40,4%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- e. Indikator kelima, yaitu staff memanggil kembali pelanggan dengan cepat. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 32 orang dengan persentase 61,5%, skor 4 sebanyak 17 orang dengan persentase 32,7%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

#### 4. Assurance Employee

**TABEL 9**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI**  
**ASSURANCE EMPLOYEE**

Assurance Employee								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan	<b>F</b>	31	17	3	0	1	52	4,48
	<b>Skor</b>	155	68	9	0	1	233	
	<b>%</b>	59,6%	32,7%	5,8%	0,0%	1,9%	<b>100%</b>	
Keyakinan yang dirasakan pelanggan	<b>F</b>	29	20	2	1	0	52	4,48
	<b>Skor</b>	145	80	6	2	0	233	
	<b>%</b>	55,8%	38,5%	3,8%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*



**TABEL 9**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI**  
**ASSURANCE EMPLOYEE**

(LANJUTAN)

Assurance Employee								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Booth Managemenet	<b>F</b>	35	16	1	0	0	52	4,65
	<b>Skor</b>	175	64	3	0	0	242	
	<b>%</b>	67,3%	30,8%	1,9%	0,0%	0,0%	<b>100%</b>	
Kompetensi	<b>F</b>	30	19	2	0	1	52	4,48
	<b>Skor</b>	150	76	6	0	1	233	
	<b>%</b>	57,7%	36,5%	3,8%	0,0%	1,9%	<b>100%</b>	
Kepatuhan	<b>F</b>	32	18	1	1	0	52	4,56
	<b>Skor</b>	160	72	3	2	0	237	
	<b>%</b>	61,5%	34,6%	1,9%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Keamanan	<b>F</b>	26	23	3	0	0	52	4,44
	<b>Skor</b>	130	92	9	0	0	231	
	<b>%</b>	50,0%	44,2%	5,8%	0,0%	0,0%	<b>100%</b>	
<b>Total Skor</b>							<b>1409</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

Tabel di atas menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap indikator-indikator pada dimensi "assurance employee" dengan total skor 1409. Skor rata-rata untuk setiap indikator berkisar antara 4,44 hingga 4,65 menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju atau setuju dengan pernyataan yang ada pada dimensi tersebut. Indikator dengan skor rata-rata tertinggi ada pada "booth management" dengan angka 4,65 yang menunjukkan bahwa kemampuan pengelolaan booth sangat baik pada event tersebut. Sedangkan rata-rata terendah ada pada indikator "Keamanan" dengan nilai 4,44. Berikut interpretasi dari setiap indikator:

- a. Indikator pertama yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan. Jumlah responden yang memberikan skor 5 sebanyak 31 orang dengan persentase 59,6%, skor 4 sebanyak 17 orang dengan persentase 32,7%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase

- 5,8%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
- b. Indikator kedua yaitu keyakinan yang dirasakan pelanggan. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 20 orang dengan persentase 38,5%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 1 orang sebanyak 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
  - c. Indikator ketiga yaitu *booth management*. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 35 orang dengan persentase 67,3%, skor 4 sebanyak 16 orang dengan persentase 30,8%, skor 3 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, serta skor 2 dan 1 masing-masing 0 orang dengan persentase 0%.
  - d. Indikator keempat yaitu kompetensi. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 30 orang dengan 57,7%, skor 4 sebanyak 19 orang dengan persentase 36,5%, skor 3 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
  - e. Indikator kelima yaitu kepatuhan. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 32 orang dengan persentase 61,5%, skor 4 sebanyak 18 orang dengan persentase 34,6%, skor 3 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
  - f. Indikator keenam yaitu keamanan. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 26 orang dengan persentase 50%, skor 4 sebanyak 23 orang

dengan persentase 44,2%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, serta skor 2 dan 1 masing masing 0 orang dengan persentase 0%.

### 5. *Empathy*

**TABEL 10**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI**  
***EMPHATY***

<b>Empathy</b>								
<b>Indikator</b>		<b>Bobot Tanggapan</b>					<b>Total</b>	<b>Rata-Rata</b>
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>		
Kepedulian terhadap pelanggan	<b>F</b>	31	16	4	1	0	52	4,48
	<b>Skor</b>	155	64	12	2	0	233	
	<b>%</b>	59,6%	30,8%	7,7%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Perhatian individu kepada pelanggan	<b>F</b>	28	18	4	1	1	52	4,37
	<b>Skor</b>	140	72	12	2	1	227	
	<b>%</b>	53,8%	34,6%	7,7%	1,9%	1,9%	<b>100%</b>	
Keramahan empati karyawan	<b>F</b>	29	17	5	0	1	52	4,40
	<b>Skor</b>	145	68	15	0	1	229	
	<b>%</b>	55,8%	32,7%	9,6%	0,0%	1,9%	<b>100%</b>	
Kemasyarakatan, Perilaku personil	<b>F</b>	35	13	3	1	0	52	4,58
	<b>Skor</b>	175	52	9	2	0	238	
	<b>%</b>	67,3%	25,0%	5,8%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
<b>Total Skor</b>							<b>927</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

Data tabel di atas menunjukkan hasil survei mengenai dimensi “*empathy*” dengan empat indikator. Total skor pada dimensi ini adalah 927. Skor rata-rata untuk setiap indikator berkisar antara 4,37 hingga 4,48. Penilaian rata-rata indikator paling tinggi ada pada “Kemasyarakatan, perilaku personil” dengan nilai 4,58 dan rata-rata terendah ada pada indikator “Perhatian individu kepada pelanggan” dengan nilai 4,37. Berikut adalah interpretasi dalam setiap indikatornya:

- a. Indikator pertama yaitu kepedulian terhadap pelanggan. Responden yang memberikan skor 5 sebanyak 31 orang dengan persentase 59,6%, skor 4 sebanyak 16 orang dengan persentase 30,8%, skor 3 sebanyak 4 orang

dengan persentase 7,7%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

- b. Indikator kedua yaitu perhatian individu kepada pelanggan. Jumlah responden yang memberikan skor 5 sebanyak 28 orang dengan persentase 53,8%, skor 4 sebanyak 18 responden dengan persentase 34,6%, skor 3 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,7%, serta skor 2 dan 1 masing-masing sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
- c. Indikator ketiga yaitu keramahan empati karyawan. Jumlah responden yang memberikan skor 5 sebanyak 29 orang dengan persentase 55,8%, skor 4 sebanyak 17 responden dengan persentase 32,7%, skor 3 sebanyak 5 responden dengan persentase 9,6%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, dan skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
- d. Indikator keempat yaitu kemasyarakatan, perilaku personil. Jumlah responden yang memberikan skor 5 sebanyak 35 orang dengan persentase 67,3%, skor 4 sebanyak 13 orang dengan persentase 25%, skor 3 sebanyak 3 orang dengan persentase 5,8%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

#### 6. Cluster Effect

**TABEL 11**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI**  
**CLUSTER EFFECT**

CLUSTER ETECT								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Daya Tarik Wisata	F	23	24	4	1	0	52	4,33
	Skor	115	96	12	2	0	225	
	%	44,2%	46,2%	7,7%	1,9%	0,0%	100%	
Permintaan atau Orientasi Pasar	F	23	24	4	1	0	52	4,33
	Skor	115	96	12	2	0	225	
	%	44,2%	46,2%	7,7%	1,9%	0,0%	100%	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

**TABEL 11**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI**  
**CLUSTER EFFECT**  
**(LANJUTAN)**

CLUSTER EFFECT								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Konsentrasi industri basis industri	<b>F</b>	23	24	4	1	0	52	4,33
	<b>Skor</b>	115	96	12	2	0	225	
	<b>%</b>	44,2%	46,2%	7,7%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Konsentrasi peserta pameran dan asosiasi industri profesional	<b>F</b>	27	17	7	1	0	52	4,35
	<b>Skor</b>	135	68	21	2	0	226	
	<b>%</b>	51,9%	32,7%	13,5%	1,9%	0,0%	100,0%	
<b>Total Skor</b>							<b>901</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

Tabel di atas menampilkan hasil pengolahan data untuk dimensi *cluster effect* dengan empat indikator. Total skor yang diperoleh dari dimensi ini adalah 901. Penilaian rata-rata berada pada angka 4,33 dan 4,35. Indikator tertinggi ada pada indikator “Konsentrasi peserta pameran dan asosiasi industri profesional” dengan rata-rata 4,35. Hal ini menunjukkan bahwa asosiasi dan peserta yang hadir pada pameran ini relevan dan beragam. Sedangkan indikator dengan rata-rata terendah ada pada dimensi “Daya tarik wisata”, “Permintaan atau orientasi pasar”, dan “Konsentrasi industri basis industri”. Berikut adalah interpretasi data dari setiap indikator:

- a. Indikator pertama yaitu daya tarik wisata. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 4 sebanyak 24 orang dengan persentase 46,2%, skor 3 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,7%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.
- b. Indikator kedua yaitu permintaan atau orientasi pasar. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 4

sebanyak 24 orang dengan persentase 46,2%, skor 3 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,7%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

- c. Indikator ketiga yaitu konsentrasi industri basis industri. Jumlah responden yang memberi skor 5 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 4 sebanyak 24 orang dengan persentase 46,2%, skor 3 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,7%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- d. Indikator keempat yaitu konsentrasi peserta pameran dan asosiasi industri profesional. Responden yang memberi skor 5 sebanyak 27 orang dengan persentase 51,9%, skor 4 sebanyak 17 peserta dengan persentase 32,7%, skor 3 sebanyak 7 orang dengan persentase 13,5%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

## 7. Others

**TABEL 12**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI *OTHERS***

OTHERS								
Indikator		Bobot Tanggapan					Total	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
Dukungan pemerintah	<b>F</b>	23	23	5	1	0	52	4,31
	<b>Skor</b>	115	92	15	2	0	224	
	<b>%</b>	44,2%	44,2%	9,6%	1,9%	0,0%	<b>100%</b>	
Undang yang lain	<b>F</b>	31	16	4	0	1	52	4,46
	<b>Skor</b>	155	64	12	0	1	232	
	<b>%</b>	59,6%	30,8%	7,7%	0,0%	1,9%	<b>100%</b>	
Pengunjung suka berlama-lama di pameran	<b>F</b>	31	17	1	2	1	52	4,44
	<b>Skor</b>	155	68	3	4	1	231	
	<b>%</b>	59,6%	32,7%	1,9%	3,8%	1,9%	<b>100%</b>	
<b>Total Skor</b>							<b>687</b>	

*Sumber: Data olahan penulis, 2024.*

Tabel di atas menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap 3 indikator pada dimensi “*others*”. Total skor pada dimensi ini adalah 687. Skor rata-rata untuk setiap indikator berkisar antara 4,31 hingga 4,46. Indikator dengan skor rata-rata tertinggi adalah “Undang yang lain” dengan nilai 4,46 dan indikator dengan skor rata-rata terendah adalah “Dukungan pemerintah” dengan nilai 4,31. Berikut interpretasi dari setiap indikator:

- a. Indikator pertama yaitu dukungan pemerintah. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 4 sebanyak 23 orang dengan persentase 44,2%, skor 3 sebanyak 5 orang dengan persentase 9,6%, skor 2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, dan skor 1 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.
- b. Indikator kedua yaitu undang yang lain. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 31 orang dengan persentase 59,6%, skor 4 sebanyak 16 orang dengan persentase 30,8%, skor 3 sebanyak 4 orang dengan persentase 7,7%, skor 2 sebanyak 0 orang dengan persentase 0%, serta skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.
- c. Indikator ketiga yaitu pengunjung suka berlama-lama di pameran. Jumlah responden yang memilih skor 5 sebanyak 31 orang dengan persentase 59,6%, skor 4 sebanyak 17 orang dengan persentase 32,7%, skor 3 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%, skor 2 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,8%, serta skor 1 sebanyak 1 orang dengan persentase 1,9%.

## B. PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada peserta *seller* dan observasi pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024, penulis akan menganalisis hasil temuan tersebut. Pada pembahasan ini, penulis menyajikan skala rentang sebagai alat analisis dari hasil pernyataan kuesioner. Skala rentang ini dibuat dengan cara menentukan skor terendah dan skor tertinggi. Berikut adalah hasil perhitungan dan analisis jawaban dari penyebaran kuesioner.

### 1. *Tangible*

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dijabarkan, dibuat garis kontinum yang mengashilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 12 \times 5) - (52 \times 12 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{3120 - 624}{5}$$

$$P = \frac{2496}{5}$$

$$P = 499$$

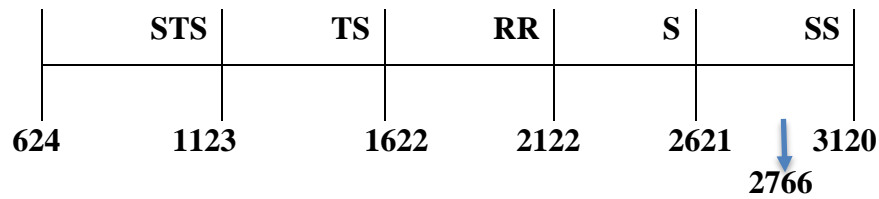
Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal



**GAMBAR 9**  
**SKALA RENTANG DIMENSI *TANGIBLE***



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Garis kontinum di atas menggambarkan total skor yang diperoleh dari dua belas indikator pada dimensi *tangible*. Pada gambar di atas, garis kontinum menunjukkan rentang nilai dari 624 hingga 3120. Total skor yang diperoleh adalah 2766 yang berada diantara nilai 2621 dan 3120. Posisi skor ini menegaskan bahwa sebagian besar tanggapan sangat setuju terhadap indikator-indikator *tangible*. Peserta merasa fasilitas fisik, alat, dan infrastruktur yang disediakan sangat mendukung dan meningkatkan pengalaman mereka selama acara berlangsung.

Skor tertinggi diperoleh indikator “Penampilan personil penyedia”. Hal ini terbukti pada saat *event* berlangsung, penyelenggara selalu menjaga sikap ramah dan bahasa tubuh yang positif, memastikan peserta merasa disambut dan dihargai. Semua personil yang berinteraksi langsung dengan peserta mengenakan pakaian formal berupa kemeja sebagai pakaian formal. Penyedia atau penyelenggara menunjukkan bahwa mereka siap dan mampu dalam melayani tamu, mitra kerja, dan atau para delegasi dengan baik. Namun, pada dimensi ini terdapat lima indikator dengan skor terendah, yaitu fasilitas fisik, penampilan personil staff, kebersihan, tata letak ruang, dan aksesibilitas.

Berdasarkan pengamatan penulis, fasilitas fisik berupa petunjuk arah (*signage*) hanya berada di dalam *venue* IPOS saja, yang mana petunjuk arah tersebut hanya berada di sekitar lantai 3 The Grand Ballroom Hotel Discovery Ancol. Pada area lantai 1, sekitar *lobby* hotel, dan area parkir tidak ada petunjuk arah untuk ke *event* IPOS ini. Padahal, area tersebut merupakan area kedatangan awal para peserta. Oleh karena itu, hal tersebut dapat membingungkan peserta untuk menuju ke *venue* acara, ditambah tidak ada panitia atau staff yang berjaga di area awal kedatangan peserta.

**GAMBAR 10**  
***SIGNAGE***



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024*

Pada indikator kebersihan, untuk area *venue* menurut penulis sudah sangat baik dan bersih. Hanya saja, kurangnya penyediaan tempat sampah di area *venue*. Walaupun *venue* berada di hotel dan terlihat bersih, penyediaan tempat sampah yang memadai sangat penting untuk kenyamanan para peserta dan tamu. Panitia penyelenggara dapat bekerja sama dengan manajemen hotel untuk memastikan penyediaan tempat sampah yang memadai. Selain itu, pada saat *event* berlangsung, terdapat salah satu panitia yang melihat adanya anak tikus di area *backstage*. Hal tersebut juga perlu penyelenggara perhatikan, apakah tikus tersebut muncul

dan terbawa oleh *vendor* produksi atau memang dari pihak hotel yang kurang menjaga kebersihan area *grand ballroom* mereka.

## 2. *Reliability*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dibuat garis kontinum yang menghasilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 5 \times 5) - (52 \times 5 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{1300 - 260}{5}$$

$$P = \frac{1040}{5}$$

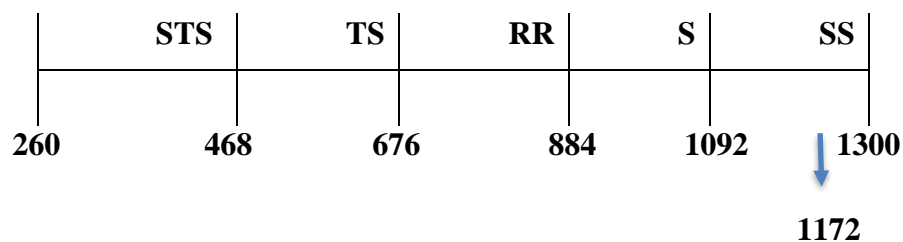
$$P = 208$$

Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal

**GAMBAR 11**  
**SKALA RENTANG DIMENSI *RELIABILITY***



Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.

Garis kontinum di atas menggambarkan total skor yang diperoleh dari lima indikator pada dimensi *reliability*. Total skor adalah 1172, berada di antara nilai 1092 dan 1300 yang menunjukkan kategori sangat setuju. Posisi skor ini menegaskan bahwa indikator-indikator dari dimensi *reliability* ini sudah sangat baik. Peserta merasa yakin bahwa layanan yang dijanjikan

selama acara dipenuhi dengan sangat baik. Hal ini mencakup keandalan layanan, konsistensi kinerja, keakuratan dalam penagihan, ketepatan waktu dalam layanan, dan kemampuan dalam menyimpan catatan dengan benar. Untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat *reliability* yang tinggi, terus lakukan evaluasi dan perbaikan terhadap sistem yang ada, serta pastikan semua komitmen yang dijanjikan kepada peserta dipenuhi secara konsisten.

Skor tertinggi ada pada indikator “Keakuratan dalam penagihan”. Semua biaya dan tarif yang tercantum telah dijelaskan dengan transparan oleh panitia penyelenggara. Bahkan, ketika ada kesalahan tiket masuk yang berbayar, para peserta mendapatkan *reimbursement* langsung oleh pihak penyelenggara. Untuk skor terendah pada dimensi ini adalah indikator melakukan layanan dengan andal dan akurat.

### 3. *Responsiveness*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dibuat garis kontinum yang menghasilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 5 \times 5) - (52 \times 5 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{1300 - 260}{5}$$

$$P = \frac{1040}{5}$$

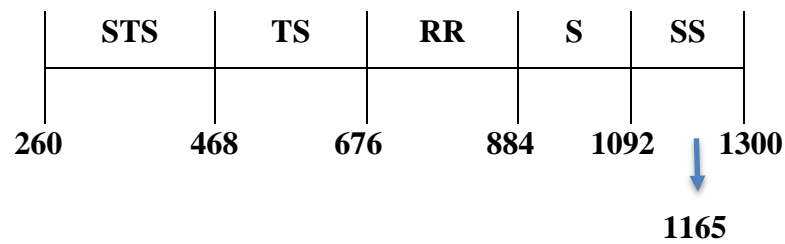
$$P = 208$$

Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal

**GAMBAR 12**  
**SKALA RENTANG DIMENSI *RESPONSIVENESS***



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Gambar di atas merupakan total skor yang diperoleh dari dimensi “*responsiveness*”. Skor 1165 berada diantara nilai 1092 dan 1300, yang menunjukkan kategori sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden secara keseluruhan merasa sangat setuju dengan dimensi *responsiveness*, yang mencakup memberikan layanan cepat, kemauan membantu pelanggan, segera mengirimkan slip transaksi, dan memanggil pelanggan kembali dengan cepat oleh penyedia dan staff pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024.

Skor tertinggi ada pada indikator “Staff memanggil kembali pelanggan dengan cepat”. Hal ini terbukti ketika *event* berlangsung, staff dengan sigap memanggil para peserta untuk kembali ke *venue* untuk melanjutkan program acara. Pada saat *event* akan dimulai, staff memastikan kembali peserta yang belum datang dan menelepon mereka untuk segera datang. Sedangkan untuk indikator terendah ada pada “Segera mengirimkan slip transaksi”. Berdasarkan wawancara singkat penulis dengan panitia atau staff, pada proses awal registrasi, para peserta mengisi link pendaftaran yang telah dikirimkan oleh panitia, kemudian peserta akan dihubungi oleh panitia untuk mendapatkan *invoice* pembayaran. Setelah peserta *seller* melakukan pembayaran via transfer, peserta mendapatkan bukti pembayaran yang

dikirimkan oleh panitia melalui *whatsapp*. Namun, untuk bukti fisik slip transaksi tersebut diberikan ketika hari ke tiga acara bukan saat di hari pertama *event*.

#### 4. Assurance Employee

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dibuat garis kontinum yang menghasilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 6 \times 5) - (52 \times 6 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{1560 - 312}{5}$$

$$P = \frac{1248}{5}$$

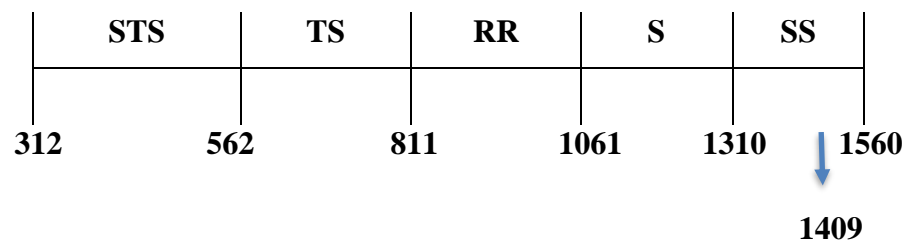
$$P = 250$$

Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal

**GAMBAR 13**  
**SKALA RENTANG DIMENSI ASSURANCE EMPLOYEE**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.

Garis kontinum di atas menggambarkan total skor yang diperoleh dari enam indikator pada dimensi *assurance employee*. Skor 1409 berada diantara nilai 1310 dan 1560, yang menunjukkan kategori sangat setuju terhadap pengetahuan, kesopanan, kemampuan, keyakinan yang dirasakan

pelanggan, kompetensi, kepatuhan, dan keamanan yang disediakan oleh karyawan.

Skor tertinggi pada dimensi ini adalah indikator *booth management*. Pada sesi *table-top*, menggunakan sistem *round-robin* dimana setiap *buyer* wajib mendatangi meja *seller* satu persatu kemudian berpindah dari satu meja ke meja *seller* lainnya sesuai urutan nomor meja dan durasi waktu yang telah ditetapkan oleh panitia. Fasilitas dan kelengkapan *table-top* berupa setiap meja disediakan 2 kursi *seller* dan 4 kursi *buyer* yang saling berhadapan. Selain itu, *seller* mendapatkan satu nomor meja + satu stan akrilik ukuran A4 dengan nama perusahaan yang dicetak oleh panitia, disediakan satu bell/lonceng, serta satu formulir presensi. *Seller* juga dapat menempatkan maksimal 2 *stand banner* berukuran 60 cm x 160 cm di belakang meja dan tidak menghalangi jalan.

**GAMBAR 14**  
***BOOTH SELLER IPOS 2024***



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024*

**GAMBAR 15**  
**SESI *TABLE-TOP* IPOS 2024**

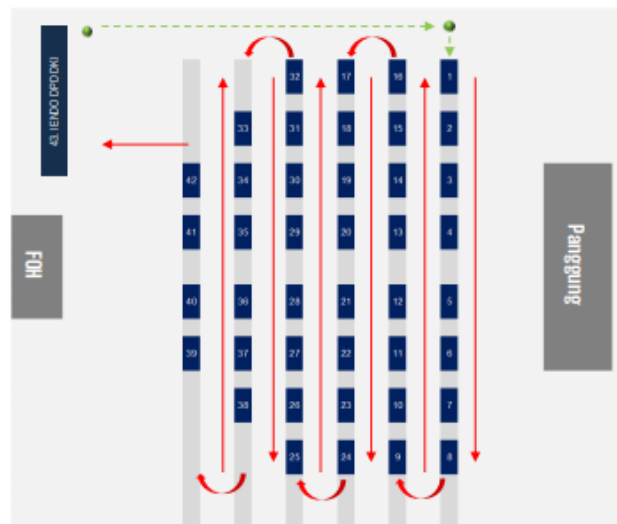


*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Berdasarkan pengamatan penulis, manajemen *booth* ini sudah cukup baik, waktu yang disediakan juga sudah sesuai dengan jadwal yang ditetapkan. Namun, saat berada di tengah sesi, banyak *buyer* yang datang terlambat sehingga mengakibatkan alur *buyer* pada saat *table-top* berantakan. Oleh karena itu, pada saat *coffee break*, alur *buyer* pada sesi *table top* sempat diatur kembali oleh penyelenggara. Banyak *buyer* yang dipindah-pindah sehingga tidak sesuai dengan urutan awal, mengakibatkan terdapat beberapa *buyer* yang sudah berinteraksi dan mengunjungi meja *seller* yang sama. Berikut penulis lampirkan *layout table-top* sebagai gambaran.



**GAMBAR 16**  
**LAYOUT TABLE-TOP**



*Sumber: File Event Guide IPOS, 2024.*

Sedangkan untuk indikator terendah ada pada indikator keamanan. Pada *event* IPOS ini, hanya peserta yang memiliki *lanyard* dan *nametag* saja yang hanya boleh masuk ke dalam ruangan., walaupun itu tim dari peserta delegasi sendiri jika tidak memakai *nametag* tetap tidak diperbolehkan masuk. Setelah registrasi ulang di *hospitality desk*, peserta akan melewati *gate* yang akan diskruining oleh panitia acara untuk memastikan bahwa yang di dalam *venue* adalah yang memakai *nametag* saja. Namun, pada observasi penulis, masih ada beberapa orang yang tidak memakai *nametag* tetap masuk ke dalam ruangan. Berikut adalah desain *nametag* untuk peserta *buyer* dan *seller*.

**GAMBAR 17**  
**LANYARD DAN NAME TAG BUYER DAN SELLER**



*Sumber: File Event Guide IPOS, 2024.*

### 5. Empathy

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dibuat garis kontinum yang menghasilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 4 \times 5) - (52 \times 4 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{1040 - 208}{5}$$

$$P = \frac{832}{5}$$

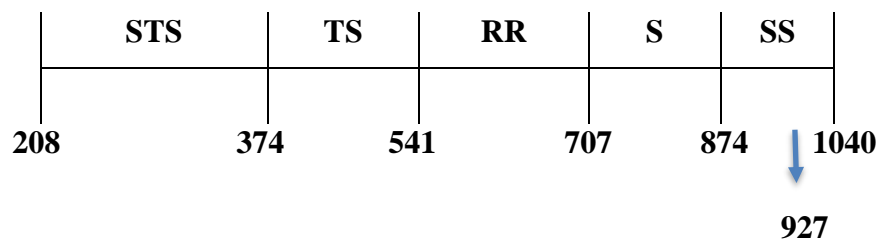
$$P = 166$$

Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal

**GAMBAR 18**  
**SKALA RENTANG DIMENSI *EMPATHY***

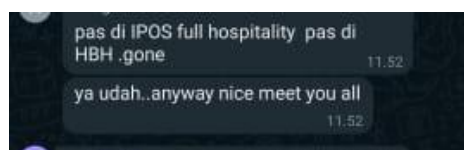


*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Garis kontinum di atas digunakan untuk memetakan hasil skor dari dimensi *empathy*. Skor 927 berada diantara skor 874 dan 1040 yang menunjukkan kategori sangat setuju. Skor tersebut menggambarkan keberhasilan dalam menyediakan pengalaman yang sangat positif terkait aspek *empathy* selama acara.

Dalam dimensi ini, indikator tertinggi ada pada “Keramahan empati karyawan”. Pihak penyelenggara menyediakan meja informasi yang mudah diakses. *Hospitality* pada *event* Indonesia Professional Organizer Summit 2024 mendapatkan respon yang positif dari peserta karena keramahan, dan kesigapan panitia dalam melayani para peserta. Hal ini terbukti dari *group chat* peserta berikut.

**GAMBAR 19**  
***FEEDBACK GRUP CHAT PESERTA***



*Sumber: Grup chat peserta IPOS 2024*

**GAMBAR 20**  
***HOSPITALITY DESK IPOS 2024***



*Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.*

Pada indikator ini juga, staff Indonesia Professional Organizer Summit 2024 mampu berinteraksi dengan peserta dengan cara yang profesional dan menyenangkan. Staff dapat menangani keluhan atau masalah dengan cara yang sopan dan efektif, misalnya pada sesi *table-top* berlangsung, terdapat *seller* yang komplain bahwa meja *booth* mereka kurang nyaman karena goyang dan meminta untuk ganti meja. Oleh karena itu, pada saat *coffee break*, staff hanya perlu mengganjal meja tanpa perlu mengganti dengan meja yang lain. Hal ini membuktikan bahwa staff sangat responsif dan dapat memecahkan masalah dengan efektif.

#### 6. *Cluster Effect*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dibuat garis kontinum yang mengashilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 4 \times 5) - (52 \times 4 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{1040 - 208}{5}$$

$$P = \frac{832}{5}$$

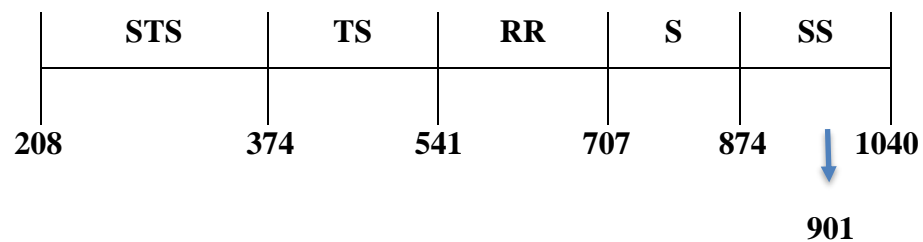
$$P = 166$$

Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal

**GAMBAR 21**  
**SKALA RENTANG DIMENSI *CLUSTER EFFECT***



Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.

Garis kontinum di atas menggambarkan total skor yang diperoleh dari empat indikator pada dimensi *cluster effect*. Skor 901 berada diantara skor 874 dan 1040 yang menunjukkan kategori sangat setuju. Secara keseluruhan, dimensi ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh karyawan sangat baik dalam berbagai aspek yang diukur oleh indikator-indikator pada dimensi *cluster effect* ini.

Indikator dengan rata-rata tertinggi pada *event* ini adalah konsentrasi peserta pameran dan asosiasi industri profesional. Hal ini dibuktikan dengan para peserta yang menghadiri *event* ini terdiri berbagai sektor, yaitu organisasi pariwisata, destinasi, grup hotel, *venue*, *supplier*, layanan transportasi, dan penyedia teknologi acara.

### 7. Others

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dibuat garis kontinum yang mengashilkan pengukuran sebagai berikut.

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{(52 \times 3 \times 5) - (52 \times 3 \times 1)}{5}$$

$$P = \frac{780 - 156}{5}$$

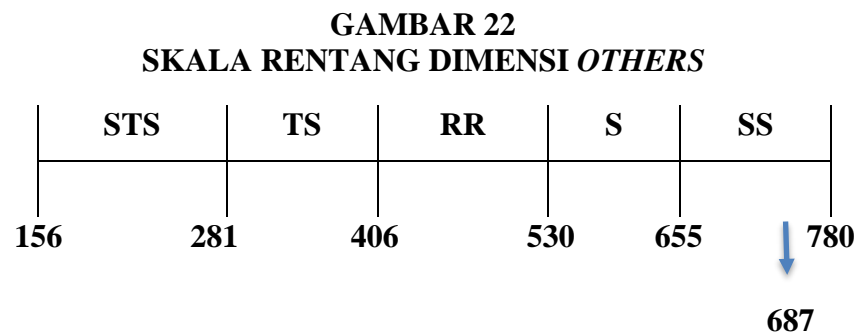
$$P = \frac{624}{5}$$

$$P = 125$$

Keterangan:

P = Rentang/panjang kelas

Range = Skor maksimal – skor minimal



Sumber: Data Olahan Penulis, 2024.

Garis kontinum di atas menggambarkan total skor yang diperoleh dari tiga indikator pada dimensi *others*. Skor 687 berada diantara skor 655 dan 780 yang menunjukkan kategori sangat setuju. Secara keseluruhan, dimensi ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh karyawan sangat baik dalam berbagai aspek yang diukur oleh indikator-indikator pada dimensi *others* ini.

Skor tertinggi ada pada indikator “Undang yang lain”. Hal ini menunjukkan bahwa acara ini memiliki daya tarik yang kuat dan dianggap relevan atau penting oleh peserta. Efektivitas strategi komunikasi dan jaringan yang digunakan oleh penyelenggara untuk menyebarkan informasi dan menarik peserta lain sangat baik. Terbukti ketika proses pendaftaran, beberapa induk perusahaan yang mengikutsertakan anak perusahaan, seperti The Alana Hotel and Convention Center Yogyakarta by Aston dan The Alana Hotel Malang by Aston, serta Aston Inn Batu Malang yang masih satu induk perusahaan Aston Grup.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh penulis dan total penilaian yang diperoleh dari responden yang hadir pada pameran Indonesia Professional Organizer Summit 2024, kualitas pelayanan pada tersebut secara keseluruhan sudah baik. Namun, masih diperlukan pengoptimalan untuk pelaksanaan event selanjutnya. Data yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa dimensi *tangible* mempunyai pengaruh paling kuat terhadap kualitas pelayanan dengan total skor 2766, diikuti oleh dimensi *assurance employee* dengan total skor 1409, dimensi *reliability* dengan total skor 1172, dimensi *responsiveness* dengan total skor 1165, dimensi *empathy* dengan total skor 927, dimensi *cluster effect* dengan total skor 901, serta dimensi *others* dengan total skor 687.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024 sudah sangat baik, namun masih diperlukan pengoptimalan dalam melaksanakan event berikutnya.

##### **1. *Tangible***

Berdasarkan pada pengumpulan data dan hasil analisis yang telah penulis jabarkan terhadap indikator *tangible*, dapat disimpulkan bahwa dimensi ini sudah dilaksanakan dengan baik. Peserta memberikan penilaian “sangat setuju” bahwa dimensi ini telah diterapkan dengan



memadai oleh penyelenggara IPOS. Pada dimensi ini menjadi penilaian dengan skor tertinggi diantara dimensi yang lain oleh peserta.

Indonesia Professional Organizer Summit 2024 telah sukses memberikan fasilitas fisik yang baik, peralatan yang digunakan untuk memberikan pelayanan juga sudah memadai, penampilan personil penyedia dan staff yang selalu menjaga sikap ramah, representasi fisik layanan dalam kondisi baik dan layak, lingkungan fisik seperti tingkat pencahayaan cukup terang dan mendukung aktivitas pameran, kebersihan area *venue* yang sudah sangat baik, serta aksesibilitas dan tata letak ruang yang memudahkan peserta. Meskipun peserta telah memberikan nilai yang cukup tinggi, pihak penyelenggara Indonesia Professional Organizer Summit tetap harus memerhatikan beberapa hal yang perlu diperbaiki. terutama di kebersihan *venue*.

## 2. *Reliability*

Dimensi *reliability* diberi nilai “sangat setuju” oleh peserta. Dalam hal ini, pihak penyelenggara mampu pelaksanaan *event* tepat waktu dan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, menjaga konsistensi dalam kinerja, memastikan keakuratan dalam proses penagihan, serta menyimpan catatan dengan benar. Namun, pada indikator melakukan layanan dengan andal dan akurat mendapatkan nilai terendah dari semua indikator yang ada dalam dimensi *reliability*.

Pihak penyelenggara Indonesia Professional Organizer Summit 2024 perlu meningkatkan keandalan staff untuk dapat menyampaikan informasi secara aktual dan relevan sesuai dengan kebutuhan.

### 3. *Responsiveness*

Pada dimensi *responsiveness*, peserta mengkategorikan “sangat setuju” bahwa panitia memiliki keterampilan yang baik dalam responsif terhadap kebutuhan peserta secara langsung. Walaupun indikator ini sudah berada di angka yang tinggi, namun penyelenggara perlu meningkatkan hal-hal yang ada pada dimensi ini, fokus yang perlu diperhatikan pada peningkatan kecepatan dan konsistensi dalam memberikan informasi dan respon kepada peserta, termasuk dalam pengiriman slip transaksi.

### 4. *Assurance Employee*

Dalam dimensi *assurance employee*, peserta menilai dimensi ini berada pada kategori “sangat setuju”. Meski indikator dengan skor tertinggi ada pada *booth management*, namun pada saat di tengah sesi, alur *table-top* tersebut cukup berantakan karena terdapat beberapa *buyer* yang datang terlambat sehingga mengganggu alur dan sistem *table-top* yang sudah berjalan. Oleh karena itu, pihak penyelenggara perlu mengevaluasi dan membenahi sistem dari alur *table-top* itu sendiri, mengingat sesi tersebut merupakan sesi utama dari pameran ini.

### 5. *Empathy*

Berdasarkan pada hasil pengolahan data yang telah disajikan sebelumnya, dimensi *empathy* berada pada kategori “sangat setuju”. Dalam hal ini panitia mampu menciptakan lingkungan yang ramah dan bersahabat untuk semua peserta acara. Panitia memiliki kemampuan untuk memahami dan merespons perasaan serta kebutuhan peserta dengan empati dan perhatian. Namun, terdapat indikator yang memiliki nilai

rendah, yaitu perhatian individu kepada pelanggan. Sebanyak 1 orang menyatakan “tidak setuju” dan 1 orang menyatakan “sangat tidak setuju” pada indikator tersebut. Oleh karena itu, pihak penyelenggara maupun panitia harus lebih meningkatkan kesetaraan dan keadilan dalam perlakuan terhadap peserta, tanpa membedakan latar belakang atau status.

#### 6. *Cluster Effect*

Pada dimensi *cluster effect*, mayoritas responden menilai dimensi ini “sangat setuju” terhadap konsentrasi peserta pameran dan asosiasi industri profesional. Acara ini memberikan kesempatan jaringan yang luas dengan peserta pameran dan asosiasi industri profesional karena dihadiri oleh berbagai sektor industri, seperti organisasi pariwisata hingga penyedia teknologi acara.

#### 7. *Others*

Pada dimensi *others*, responden menilai bahwa “sangat setuju” acara ini layak untuk diikuti oleh lebih banyak orang di industri penyelenggara acara. Hal ini menunjukkan bahwa acara ini dianggap layak dan relevan untuk diikuti oleh lebih banyak profesional dalam industri penyelenggara acara. Sementara itu, meskipun dukungan pemerintah penting untuk kredibilitas, ada potensi untuk meningkatkan dukungan ini lebih jauh untuk lebih memperkuat persepsi positif terhadap *event* ini. Pada dimensi ini, penting untuk terus meningkatkan nilai tambah dan relevansi acara, serta memperluas dukungan dari berbagai pihak termasuk pemerintah.

## B. REKOMENDASI

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut adalah rekomendasi penulis untuk meningkatkan kualitas pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024:

### 1. *Tangible*

Sediakan petunjuk arah yang jelas dan informatif di seluruh area acara untuk membantu peserta menemukan lokasi yang mereka butuhkan. Tempatkan petunjuk arah tersebut di area yang mudah terlihat, seperti pintu masuk, persimpangan, *lobby* hotel, dan titik pertemuan. Letakkan signage di ketinggian yang mudah terlihat oleh semua peserta, baik yang berdiri maupun yang duduk.

Selain penempatan signage, penyediaan tempat sampah yang memadai di area *venue* sangat penting untuk menjaga kenyamanan para peserta. Panitia penyelenggara dapat mengkoordinasikan dengan manajemen hotel untuk memastikan penyediaan tempat sampah yang memadai. Pihak hotel biasanya memiliki SOP tersendiri mengenai kebersihan. Pastikan ada petugas kebersihan yang siaga selama acara untuk mengosongkan tempat sampah yang penuh dan menjaga area tetap bersih. Pastikan jumlah tempat sampah cukup sesuai dengan jumlah tamu dan ukuran *venue*. Identifikasi lokasi strategis, seperti pintu masuk dan keluar, area makan dan minum, serta di sudut ruangan atau dekat dengan fasilitas umum lainnya.

Jika ada hewan seperti tikus berada di sekitar *venue*, pihak penyelenggara harus segera melaporkan kejadian tersebut kepada pihak hotel untuk dilakukan inspeksi. Amankan area sekitar hewan untuk

memastikan para peserta tetap berada pada jarak yang aman, bisa dilakukan dengan menggunakan pembatas atau meminta tamu menjauh dari area tersebut. Informasikan kepada tamu mengenai langkah-langkah yang sedang diambil dan instruksikan tamu untuk tetap tenang dan mengikuti arahan dari panitia.

## 2. *Reliability*

Sediakan nomor hotline khusus yang bisa dihubungi peserta untuk bantuan cepat selama acara berlangsung. Training komprehensif dengan melatih staff secara menyeluruh mengenai tanggung jawab mereka. Pelatihan staf dapat berdasarkan pada Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 208 tahun 2023 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Aktivitas Penyewaan dan Sewa Guna Usaha Tanpa Hak Opsi, Ketenagakerjaan, Agen Perjalanan, dan Penunjang Usaha Lainnya Golongan Pokok Aktivitas Agen Perjalanan, Penyelenggara Tur, dan Jasa Reservasi Lainnya Bidang Kegiatan Acara (*Event*). Pelatihan staff dapat berupa mendaftarkan staff untuk Sertifikasi Kompetensi Kerja Nasional Indonesia yang disingkat SKKNI. Berikut adalah daftar unit kompetensi yang dapat diikuti.

## GAMBAR 23

### DAFTAR UNIT KOMPETENSI

B. Daftar Unit Kompetensi

NO.	KODE UNIT	JUDUL UNIT KOMPETENSI
1	2	3
1.	N.82EVN02.001.1	Mendesain Sebuah Rancangan Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
2.	N.82EVN02.002.1	Melakukan Riset Tren dan Isu Suatu Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
3.	N.82EVN02.003.1	Mengembangkan Konsep Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
4.	N.82EVN02.004.1	Mencari Informasi Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
5.	N.82EVN02.005.1	Menganalisis dan Menetapkan Kelayakan Konsep Suatu Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
6.	N.82EVN02.006.1	Mengembangkan Rancangan Desain Kreatif Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
7.	N.82EVN02.007.1	Mengembangkan Konsep Pengisi Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
8.	N.82EVN02.008.1	Mengkoordinasikan Tempat Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
9.	N.82EVN02.009.1	Merancang dan Menetapkan Teknik untuk Dukungan Tata Letak, Tata Alur, Tata Panggung, Tata Suara, Tata Cahaya, Tata Visual, Dekorasi Suatu Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
10.	N.82EVN02.010.1	Mengintegrasikan Pengetahuan Kreatif dan Teknis Produksi ke dalam Proses Manajemen Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
11.	N.82EVN02.011.1	Mengembangkan Proposal Penawaran ( <i>Bid</i> )
12.	N.82EVN02.012.1	Merancang Anggaran Kebutuhan Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
13.	N.82EVN02.013.1	Membuat dan Mengembangkan Strategi Promosi/Pemasaran dan Komunikasi Dalam Suatu Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
14.	N.82EVN02.014.1	Merencanakan Proses Bisnis Suatu Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
15.	N.82EVN02.015.1	Menyusun Regulasi dan Kebijakan <i>Internal</i> Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
16.	N.82EVN02.016.1	Melakukan Perencanaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai Kebutuhan Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
17.	N.82EVN02.017.1	Menetapkan Rancangan Desain Kreatif Selaras dengan Lokasi dan Pelaksanaan
18.	N.82EVN02.018.1	Menetapkan Konsep Pengisi Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
19.	N.82EVN02.019.1	Menetapkan Strategi Pemasaran/Promosi
20.	N.82EVN02.020.1	Membuat Strategi <i>Sponsorship</i>
21.	N.82EVN02.021.1	Menetapkan Struktur Organisasi Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
22.	N.82EVN02.022.1	Menetapkan Rencana Manajemen Keramaian
23.	N.82EVN02.023.1	Mengidentifikasi Bahaya, Menilai dan Mengendalikan Risiko Keselamatan Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
24.	N.82EVN02.024.1	Melakukan Negosiasi dengan Mitra Kerja Kebutuhan Kegiatan Acara ( <i>Event</i> )
25.	N.82EVN02.025.1	Menetapkan dan Mengelola Strategi Komunikasi dan Kehumasan

Sumber: Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia, 2023.

### 3. Responsiveness

Pada indikator segera mengirimkan slip transaksi, buat dan kembangkan prosedur standar operasional (SOP) untuk semua jenis transaksi dan

pengiriman slip transaksi. Pastikan staf mematuhi SOP ini untuk menghindari kesalahan dan keterlambatan. Prosedur SOP juga dapat memanfaatkan alat bantu POS (*point-of-sale*). Sistem POS dapat membantu untuk memproses transaksi penjualan, seperti menyederhanakan seluruh proses transaksi, mulai dari pemindaian produk hingga penerimaan pembayaran sehingga mengurangi kesalahan dan menghemat waktu.

Untuk menghindari keterlambatan pengiriman slip transaksi, manfaatkan layanan otomatisasi email. Layanan otomatisasi email juga membuat waktu menjadi efektif. Setelah bukti transaksi terkirim otomatis, sediakan slip transaksi fisik dan dibagikan pada saat registrasi ulang di hari pertama. Pastikan proses pencetakan dan distribusi slip fisik efisien dan cepat.

Pada indikator penyedia/penyelenggara memanggil pelanggan kembali dengan cepat, buat database informasi yang mudah diakses oleh panitia untuk menjawab pertanyaan umum dengan cepat tanpa perlu mencari informasi lebih lanjut. Gunakan sistem komunikasi yang terintegrasi yang mencakup email, telepon, live chat, dan media sosial untuk memastikan semua permintaan peserta dapat direspons dengan cepat.

#### 4. *Assurance Employee*

Buat kebijakan privasi yang jelas dan mudah dipahami, menjelaskan bagaimana data akan dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi. Pastikan kebijakan ini tersedia dan dikomunikasikan kepada semua peserta. Semua data pribadi dan bisnis yang dikumpulkan selama registrasi dan partisipasi acara harus dienkripsi.

Simpan semua data di server yang aman dengan perlindungan *firewall* dan sistem deteksi instruksi untuk mencegah akses yang tidak sah. Minta persetujuan eksplisit dari para peserta sebelum mengumpulkan dan menggunakan data mereka dan jelaskan dengan rinci bagaimana data akan digunakan. Sertakan narahubung untuk bantuan jika peserta memiliki kekhawatiran terkait keamanan.

Selain keamanan data, proses skrining peserta di *gate* awal *event* adalah langkah penting untuk memastikan keamanan dan kelancaran acara. Pastikan setiap peserta menunjukkan dan memakai *nametag* yang sudah disediakan atau undangan sebagai identitas yang sesuai.

#### 5. *Empathy*

Pastikan semua staff mengenakan seragam yang rapi dan mudah dikenali sehingga peserta dapat dengan mudah mencari bantuan. Sediakan kotak saran di lokasi acara dimana peserta bisa memberikan saran secara langsung dan bersifat anonim. Gunakan *role-playing* untuk melatih staff dalam berbagai situasi layanan pelanggan, seperti keluhan atau membantu peserta dengan kebutuhan khusus jika ada. Sediakan staff yang ramah dan informatif di setiap pintu masuk dan area penting untuk menyambut peserta dengan senyuman dan menawarkan bantuan proaktif.

#### 6. *Cluster Effect*

Untuk meningkatkan indikator daya tarik wisata dalam dimensi *cluster effect* pada event Indonesia Professional Organizer Summit 2024, buat paket wisata tematik yang relevan dengan event, seperti tur ke tempat-tempat yang sering digunakan oleh *professional organizers*, kunjungan ke pusat-pusat



industri kreatif, atau tur sejarah yang menghubungkan peserta dengan perkembangan industri MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) di Indonesia. Pembuatan paket tur dapat bekerja sama dengan operator tur untuk menawarkan paket wisata eksklusif untuk para peserta. Sediakan opsi tur sehari sebelum atau setelah acara utama, yang melibatkan kunjungan ke destinasi wisata terkenal di sekitar lokasi acara. Ini bisa mencakup tur budaya, kuliner, atau alam.

Selenggarakan pertunjukan seni atau budaya lokal pada saat acara berlangsung. Dapat diselenggarakan pada saat *opening* atau *closing event*, seperti tarian tradisional atau pertunjukan musik daerah.

Lokasi acara Indonesia Professional Organizer Summit 2024 sangat strategis dengan destinasi wisata populer yaitu Taman Impian Jaya Ancol. Hal ini dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan daya tarik peserta. Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan menyelenggarakan undian atau kompetisi dengan hadiah berupa voucher untuk kunjungan ke Taman Impian Jaya Ancol atau voucher tersebut bisa masuk ke dalam paket pendaftaran acara.

Untuk meningkatkan indikator permintaan atau orientasi pasar, buat paket pendaftaran yang menarik, seperti paket *early bird*. Sertakan benefit tambahan seperti voucher kunjungan ke tempat wisata. Selain itu, dapat juga menyediakan paket pendaftaran grup dengan harga diskon untuk menarik lebih banyak peserta.

Pada indikator konsentrasi industri basis industri, dapat menjalin kerja sama dengan asosiasi industri terkait, seperti Asosiasi Perusahaan Pameran

Indonesia (Asperapi). Gunakan jaringan mereka untuk mempromosikan acara dan menarik lebih banyak peserta dari industri.

#### 7. *Others*

Pada indikator dukungan pemerintah sebagai indikator dengan nilai terendah, pihak penyelenggara dapat mencoba untuk menghubungkan acara dengan program pemerintah yang sedang berjalan, seperti program peningkatan pariwisata, ekonomi kreatif, atau digitalisasi. Libatkan juga Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai sponsor atau peserta pameran. Mereka sering memiliki program CSR yang bisa digunakan untuk mendukung acara ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- (2023, April 6). From <https://mice.kemenparekraf.go.id/news/f0d3c6a7-c12b-4389-99f2-c47abb6d9a62>
- (2024, March). From EGO Global Asia: [www.egoglobaliasia.com](http://www.egoglobaliasia.com)
- (2024, March). From <https://lsupariwisata.com/2024/01/02/wisata-mice-di-indonesia-peluang-yang-menjanjikan-di-era-digital/>
- Abdullah, I. A. (2017). *Manajemen Konferensi dan Event*.
- Adhitya, B. G. (2018). Exhibition Service Quality and Its Influence to Exhibitor Satisfaction.
- Dongkrak Kunjungan Wisatawan ke Jakarta, Disparekraf DKI Dorong Pengembangan Sektor MICE*. (2023, November 1). From Kompas.com: 1. <https://kilasdaerah.kompas.com/dki-jakarta/read/2023/11/01/15211751/dongkrak-kunjungan-wisatawan-ke-jakarta-disparekraf-dki-dorong>
- Dra. Lidia Evelina, M. (2009). Event Organizer Pameran.
- Erwan Agus Purwanti, P. d. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media Yogyakarta.
- Glenn Bowdin, J. A. (2006). *Buku Event Management 2nd Edition*.
- Glenn Bowdin, J. A. (2006). *Event Management 2nd Edition*.
- Heidi Rasila, M. (2009). From B-To-B Service Quality to Customer Experience.
- Jin, X., & Weber, K. (2016). Exhibition destination attractiveness – organizers' and visitors' perspectives.
- Jung, S., & Tanford, S. (2017). What contributes to convention attendee satisfaction and loyalty? A meta-analysis.
- Lee, D. H. (2019). The Impact of Exhibition Service Quality General Attendees' Satisfaction Through Distinct Mediating Roles of Perceived Value.
- Lynn van der Wagen, L. W. (2010). *Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting Events*. Australia: Pearson Australia.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event Edisi Revisi*.
- Novianti, A. (2024, 04 02). From Kumparan Travel: <https://kumparan.com/kumparantravel/bisnis-event-makin-menjanjikan-ipos-gelar-pertemuan-hotel-dan-pelaku-acara-22T74RVvsa1/full>
- Parasuraman, A. (1998). Customer service in business-to-business market: an agenda for research.
- Pariwisata dan Industri MICE di Indonesia*. (2023, July 22). From Kemenparekraf: <https://mice.kemenparekraf.go.id/news/a46e88a0-dc7b-4583-b45a-1d327ec30ed3>
- Simangunsong, E., & Setyorini, M. A. (2023). 40847-Article Text-208079-1-10-29230303. *Analysis of Exhibition Service Quality Dimensions: A Case in Indonesia*, 9.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tafesse, W. (2014). Understanding how resource deployment strategies influence trade show organizers performances effectiveness.
- VanCren, O. (2023). From <https://socio.events/blog/b2b-events-guide#h-what-is-a-b2b-event>
- Wisata MICE di Indonesia: Peluang yang Menjanjikan di Era Digital.* (n.d.). From Isu Pariwisata: <https://lsupariwisata.com/2024/01/02/wisata-mice-di-indonesia-peluang-yang-menjanjikan-di-era-digital/>

# DAFTAR LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1 DATA OLAHAN

Visible: 39 of 39 Variables																
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	RB1	RB2	RB3	
1	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
2	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	
3	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
5	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
6	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	
7	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
8	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	
9	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	
10	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	
11	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
12	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
13	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	
14	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	
15	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
16	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
17	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	
18	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	
19	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
20	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	
21	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	
22	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
23	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
Visible: 39 of 39 Variables																
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	RB1	RB2	RB3	
24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
25	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	4.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	
26	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
27	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	5.00	2.00	
28	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
29	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
30	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
31	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
32	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	
33	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	4.00	
34	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	
35	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	
36	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	
37	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
38	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	
39	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	
40	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
41	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
42	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	
43	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
44	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	
45	1.00	3.00	5.00	4.00	2.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	1.00	5.00	
46	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	
Visible: 39 of 39 Variables																
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	RB1	RB2	RB3	
47	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	
48	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	
49	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
50	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	
51	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	
52	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00	

# **LAMPIRAN 1** **DATA OLAHAN** **(LANJUTAN)**

Visible: 39 of 39 Variables															
	RB4	RB5	RS1	RS2	RS3	RS4	RS5	AE1	AE2	AE3	AE4	AE5	AE6	E1	E2
1	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
2	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
3	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
5	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
6	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
7	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
8	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
9	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
10	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
11	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
12	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00
13	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
14	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00
15	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
16	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00
17	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	2.00
18	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
19	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
20	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
21	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
22	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
23	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
...															
Visible: 39 of 39 Variables															
	RB4	RB5	RS1	RS2	RS3	RS4	RS5	AE1	AE2	AE3	AE4	AE5	AE6	E1	E2
24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
25	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
26	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
27	4.00	2.00	4.00	2.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00	1.00	2.00	4.00	2.00	1.00
28	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00
29	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
30	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00
31	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
32	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
33	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	5.00	3.00	3.00	4.00
34	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
35	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00
36	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00
37	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00
38	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00
39	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00
40	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
41	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00
42	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00
43	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00
44	5.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
45	5.00	4.00	2.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00
46	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
...															
Visible: 39 of 39 Variables															
	RB4	RB5	RS1	RS2	RS3	RS4	RS5	AE1	AE2	AE3	AE4	AE5	AE6	E1	E2
46	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
47	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00
48	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	3.00
49	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	3.00
50	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00
51	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00
52	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00

# LAMPIRAN 1

## DATA OLAHAN

### (LANJUTAN)

Visible: 39 of 39 Variables																
	E3	E4	CE1	CE2	CE3	CE4	O1	O2	O3	var	var	var	var	var	var	var
1	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
2	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
3	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
5	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00							
6	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00							
7	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
8	5.00	4.00	5.00	5.00	3.00	5.00	4.00	5.00	5.00							
9	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00							
10	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00							
11	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
12	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00							
13	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00							
14	5.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00							
15	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
16	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00							
17	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00							
18	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00							
19	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
20	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
21	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	2.00							
22	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00							
23	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00							
24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
25	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	1.00							
26	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00							
27	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00							
28	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00							
29	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
30	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00							
31	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00							
32	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00							
33	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00							
34	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	3.00	5.00							
35	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00							
36	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00							
37	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00							
38	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00							
39	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	4.00							
40	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00							
41	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00							
42	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00							
43	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00							
44	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00							
45	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00							
46	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00							
47	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00							
48	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00	5.00							
49	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00							
50	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00							
51	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00							
52	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00							

## LAMPIRAN 1

### DATA OLAHAN (LANJUTAN)

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	T1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
2	T2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
3	T3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
4	T4	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
5	T5	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
6	T6	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
7	T7	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
8	T8	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
9	T9	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
10	T10	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
11	T11	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
12	T12	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
13	RB1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
14	RB2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
15	RB3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
16	RB4	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
17	RB5	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
18	RS1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
19	RS2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
20	RS3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
21	RS4	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
22	RS5	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
23	AE1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
24	AE2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
25	AE3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
26	AE4	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
27	AE5	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
28	AE6	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
29	E1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
30	E2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
31	E3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
32	E4	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
33	CE1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
34	CE2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
35	CE3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
36	CE4	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
37	O1	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
38	O2	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input
39	O3	Numeric	8	2		{1.00, Sang...	None	8	Right	Scale	Input



## LAMPIRAN 2

### SURAT IZIN LOKUS



**KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

Jalan Dr. Setiabudi No. 186 Bandung 40141  
Telepon (022) 2011456; Faksimile (022) 2012097; Laman [www.stp-bandung.ac.id](http://www.stp-bandung.ac.id)



Nomor : 0529/SUKET/ADAK/PPNHIB/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : *Izin Penelitian*

26 Maret 2024

Kepada Yth.  
**Bapak Harry Dwi Nugraha**  
**Founder**  
**PT EGO Global Asia**

Politeknik Pariwisata NHI Bandung menerangkan bahwa :

Nama	: Tamara Bintang
Tempat/Tanggal Lahir	: Kendal, 02-Apr-2002
N.I.M.	: 2020306003
Jurusan	: Perjalanan
Program Studi	: Pengelolaan Konvensi dan Acara
Program	: Diploma IV
Semester	: 8 (Delapan)

Tercatat sebagai Mahasiswa di Politeknik Pariwisata NHI Bandung Tahun Akademik 2023/2024.

Sehubungan dengan akhir masa perkuliahan, mahasiswa tersebut diwajibkan membuat/menyusun atau Tugas Akhir / Proyek Akhir / Skripsi / Tesis, kami mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara dapat membantu mahasiswa tersebut di atas, dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, wawancara yang dilakukan dengan narasumber dari pihak Bapak/Ibu/Saudara, terkait topik penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut, maupun pemberian informasi dalam bentuk data ataupun brosur yang dibutuhkan.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat atas permintaan yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

**An. DIREKTUR POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**  
Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerja Sama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

**LAMPIRAN 3**  
**SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**



**PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Kepada :

Yth. Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung  
Jl. Dr. Setiabudhi 186 Bandung

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadia  
Jabatan : Event Coordinator  
Alamat : Jl. Anggrek Neli Murni II No.112 Blok C, RT.10/RW.1,  
Kemanggisan, Jakarta, Kota Jakarta Barat, Dacrah Khusus  
Ibukota Jakarta 11480

No. Telp/HP yang dapat dihubungi : 08994848633

Menyatakan bahwa nama mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Tamara Bintang  
NIM : 2020306003  
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara  
Jurusan : Perjalanan

Telah selesai melaksanakan penelitian di tempat kami pada tanggal 5 Mei s.d. tanggal 14 Juni 2024 dalam rangka menyusun Tugas Akhir/Proyek Akhir dengan judul penelitian "Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024".

Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 14 Juni 2024

Mengetahui,

Cap basah



Event Coordinator EGO Global Asia

## LAMPIRAN 4

### REKAP BIMBINGAN

NIM	2020306003	Nama Mahasiswa	TAMARA BINTANG APRILIA UTOMO
Program Studi	Pengelolaan Konvensi dan Acara	Jenis TA	Proyek Akhir
SKS Lulus	<b>140 SKS</b>	Tgl. Pengajuan	22 Februari 2024
Judul Diajukan	Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024		

Data tidak bisa diubah, **Status Pengajuan** proposal sudah **Disetujui**

No	Tanggal	Pembimbing Proposal	Topik	Disetujui	Aksi
1	15 Maret 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	BAB 1	✓	
1	23 Maret 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	BAB 1	✓	
2	4 April 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	BAB 1	✓	
2	2 April 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	BAB 1	✓	
3	22 April 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	BAB 1-BAB 3	✓	
3	19 April 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	BAB 1-BAB 3	✓	
4	25 April 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	BAB 1-BAB 3	✓	
4	25 April 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	BAB 1-BAB 3	✓	

NIM	2020306003	Nama Mahasiswa	TAMARA BINTANG APRILIA UTOMO
Program Studi	Pengelolaan Konvensi dan Acara	Jenis TA	Proyek Akhir
Periode Mulai	2023 Genap	SKS Lulus	<b>140 SKS</b>
Tgl. Mulai	16 Mei 2024	Judul Tugas Akhir	Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	16 Mei 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	hasil data penelitian	✓	
1	7 Mei 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	Revisi Seminar Proposal	✓	
2	27 Mei 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	bab 4	✓	
2	8 Mei 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	pelaksanaan penelitian	✓	
3	27 Juni 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	bab 4	✓	
3	21 Mei 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	bab 4-bab 5	✓	
4	11 Juni 2024	RADEN DARMAWAN SUNDAYANA, S.Sos., M.M.Par.	bab 4-bab 5	✓	
4	11 Juni 2024	MARSIANUS RAGA, S.ST.Par.,MM.Par.,CEE	bab 4-bab 5	✓	

**LAMPIRAN 5**  
**KUESIONER**

Dimensi	Indikator	Kode	Check-List
Tangible	Fasilitas fisik	T1	Petunjuk arah (signage) dalam venue IPOS jelas dan membantu pengunjung menavigasi ruang acara dengan mudah
	Peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan	T2	Peralatan dan perlengkapan yang disediakan oleh panitia penyelenggara memudahkan interaksi antar arah selama kegiatan berlangsung
	Penampilan personil penyedia	T3	Penampilan panitia penyelenggara menunjukkan bahwa mereka siap dan mampu melayani tamu, mitra kerja dan atau delegasi
	Penampilan personil: staff	T4	Penampilan staff mencerminkan citra yang positif
	Representasi fisik layanan	T5	Fasilitas fisik seperti gedung, venue acara, dan perlengkapan/peralatan yang digunakan dalam kondisi baik dan layak
	Lingkungan fisik	T6	Tingkat pencahayaan di area acara cukup terang dan mendukung aktivitas di dalamnya.
	Kebersihan	T7	Kebersihan area acara terjaga dengan baik.
	Tata letak ruang	T8	Ruang acara memiliki tata letak yang baik sehingga memudahkan pergerakan pengunjung.
	Aksesibilitas	T9	Akses keluar-masuk venue teratur dan tidak membingungkan bagi tamu dan atau delegasi
	Ukuran area pameran	T10	Ukuran area acara (floor plan) sesuai dengan jumlah peserta dan skala acara yang diselenggarakan.
	Desain fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung	T11	Desain venue IPOS mempertimbangkan kemudahan akses dan mobilitas pengunjung.
	Pemeliharaan fasilitas	T12	Peralatan dan perlengkapan penunjang produksi yang digunakan dalam acara selalu dalam kondisi baik dan siap pakai.

**LAMPIRAN 5**  
**KUESIONER**  
**(LANJUTAN)**

Dimensi	Indikator	Kode	Check-List
Reliability	Melakukan layanan dengan andal dan akurat	RB1	Informasi yang disampaikan oleh panitia acara selalu aktual dan relevan dengan kebutuhan.
	Dilakukan pada waktu yang telah ditentukan	RB2	Sesi-sesi kegiatan IPOS-9 selalu dimulai dan diakhiri tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan.
	Konsistensi kinerja	RB3	Panitia penyelenggara mampu menunjukkan tingkat profesionalisme yang konsisten selama kegiatan berlangsung.
	Keakuratan dalam penagihan	RB4	(Khusus SELLER) Semua biaya dan tarif yang tercantum telah dijelaskan dengan transparan oleh panitia penyelenggara.
	Menyimpan catatan dengan benar	RB5	Dinamika informasi yang beredar selama kegiatan selalu dicatat, disimpan dan dikomunikasikan secara sistematis oleh Panitia Penyelenggara
Responsiveness	Memberikan layanan yang cepat	RS1	Proses pendaftaran dan registrasi ulang di acara ini berlangsung dengan cepat dan efisien.
	Kemauan untuk membantu pelanggan	RS2	Panitia penyelenggara selalu berusaha memenuhi kebutuhan tamu dan atau delegasi.
	Segera mengirimkan slip transaksi	RS3	(Khusus SELLER) Panitia acara selalu memastikan para peserta menerima bukti transaksi untuk setiap pendaftaran atau pembelian yang dilakukan.
	Penyedia/penyelenggara memanggil pelanggan kembali dengan cepat	RS4	Delegasi tidak harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan respons dari panitia penyelenggara
	Staff: memanggil kembali pelanggan dengan cepat	RS5	Panitia penyelenggara menyediakan informasi yang aktual, relevan dan bermanfaat saat dibutuhkan delegasi.

**LAMPIRAN 5**  
**KUESIONER**  
**(LANJUTAN)**

Dimensi	Indikator	Kode	Check-List
Assurance Employee	Pengetahuan, kesopanan, dan kemauan untuk menyampaikan	AE1	Panitia penyelenggara memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan dapat menyampaikan informasi dengan efektif.
	Keyakinan yang dirasakan pelanggan	AE2	Panitia acara transparan dalam semua aspek operasional mereka.
	Booth management	AE3	Penataan, pengaturan dan pengelolaan sesi TABLE TOP dilakukan dengan profesional dan efisien.
	Kompetensi	AE4	Panitia penyelenggara mampu menjawab pertanyaan yang bersifat teknis maupun non-teknis terkait dengan layanan selama kegiatan.
	Kepatuhan	AE5	Panitia penyelenggara transparan dan terbuka dalam proses pengelolaan kegiatan ini.
	Keamanan	AE6	Delegasi merasa aman dan nyaman atas informasi pribadi dan data bisnis yang digunakan dalam forum ini.
Empathy	Kepedulian terhadap pelanggan	E1	Permintaan atau keluhan delegasi selalu ditanggapi dengan cepat oleh panitia penyelenggara.
	Perhatian individu kepada pelanggan	E2	Panitia penyelenggara memberikan perhatian yang sama kepada setiap tamu/delegasi tanpa membedakan.
	Keramahan empati karyawan	E3	Panitia penyelenggara memberikan pelayanan yang ramah dan sopan selama acara berlangsung.
	Kemasyarakatan, Perilaku personil	E4	Materi edukasi dalam program Smart Forum, Industry Check Up, dan Destination Update disajikan berdasarkan kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu sosial

**LAMPIRAN 5**  
**KUESIONER**  
**(LANJUTAN)**

Dimensi	Indikator	Kode	Check-List
Cluster Effect	Daya Tarik Wisata	CE1	Lokasi event Indonesia Professional Organizer Summit diadakan di tempat yang memiliki daya tarik wisata yang tinggi.
	Permintaan atau Orientasi Pasar	CE2	Acara ini memenuhi kebutuhan pasar untuk informasi dan tren terbaru dalam industri MICE dan event.
	Konsentrasi Industri Basis Industri	CE3	Acara ini menarik banyak peserta dari berbagai sektor industri yang terkait
	Konsentrasi Peserta Pameran dan Asosiasi Industri Profesional	CE4	Acara ini memberikan kesempatan jaringan yang luas dengan peserta pameran dan asosiasi industri profesional
Others	Dukungan Pemerintah	O1	Dukungan dari pemerintah meningkatkan kredibilitas acara ini.
	Undang yang lain	O2	Acara ini layak untuk diikuti oleh lebih banyak orang di industri penyelenggara acara
	Pengunjung suka berlama-lama di pameran	O3	Delegasi menikmati berbagai aktivitas dan presentasi yang disediakan dalam acara ini



## LAMPIRAN 6

### DOKUMENTASI OBSERVASI





**LAMPIRAN 7**  
**CHECK-LIST OBSERVASI**

Dimensi	Indikator	Kode	Check-List
Tangible	Fasilitas fisik	T1	
	Peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan	T2	
	Penampilan personil penyedia	T3	
	Penampilan personil: staff	T4	
	Representasi fisik layanan	T5	
	Lingkungan fisik	T6	
	Kebersihan	T7	
	Tata letak ruang	T8	
	Aksesibilitas	T9	
	Ukuran area pameran	T10	
	Desain fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung	T11	
	Pemeliharaan fasilitas	T12	
Reliability	Melakukan layanan dengan andal dan akurat	RB1	
	Dilakukan pada waktu yang telah ditentukan	RB2	
	Konsistensi kinerja	RB3	
	Keakuratan dalam penagihan	RB4	
	Menyimpan cattan dengan benar	RB5	
Responsiveness	Memberikan layanan yang cepat	RS1	
	Kemauan untuk membantu pelanggan	RS2	
	Segera mengirimkan slip transaksi	RS3	
	Penyedia/penyelenggara memanggil pelanggan kembali dengan cepat	RS4	
	Staff: memanggil kembali pelanggan dengan cepat	RS5	

**LAMPIRAN 7**  
**CHECK-LIST OBSERVASI**  
**(LANJUTAN)**

Dimensi	Indikator	Kode	Check-List
Assurance Employee	Pengetahuan, kesopanan, dan kemauan untuk menyampaikan	AE1	
	Keyakinan yang dirasakan pelanggan	AE2	
	Booth management	AE3	
	Kompetensi	AE4	
	Kepatuhan	AE5	
	Keamanan	AE6	
Empathy	Kepedulian terhadap pelanggan	E1	
	Perhatian individu kepada pelanggan	E2	
	Keramahan empati karyawan	E3	
	Kemasyarakatan, Perilaku personil	E4	
Cluster Effect	Daya Tarik Wisata	CE1	
	Permintaan atau Orientasi Pasar	CE2	
	Konsentrasi Industri Basis Industri	CE3	
	Konsentrasi Peserta Pameran dan Asosiasi Industri Profesional	CE4	
Others	Dukungan Pemerintah	O1	
	Undang yang lain	O2	
	Pengunjung suka berlama-lama di pameran	O3	

## LAMPIRAN 8

### HASIL TURNITIN

TA FINAL\_TAMARA BINTANG\_2020306003\_KUALITAS  
PELAYANAN INDONESIA PROFESSIONAL ORGANIZER SUMMIT  
2024.docx

#### ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.stp-bandung.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repositori.uin-alauddin.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>adoc.pub</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.unej.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

**LAMPIRAN 9**  
**BUKTI SERAH TERIMA PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

**BUKTI SERAH TERIMA DAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH TA/PA/SKRIPSI/THESIS MAHASISWA DI  
REPOSITORY PPNHIB**

Nama : Tamara Bintang  
NIM/Program Studi : 2020306003/PKA  
No hp/Email : 089619914148/2020306003@poltekpar-nhi.ac.id  
Judul Karya Tulis Ilmiah :Kualitas Pelayanan Indonesia Professional  
Organizer Summit 2024

yang tersebut diatas telah menyerahkan hasil karya ilmiah untuk di  
publikasikan di repository PPNHIB

pada tanggal: 13 Agustus 2024

dan telah dipublikasikan pada tanggal:

Bandung, 13 Agustus 2024

Mengetahui

Pengelola Repository



Firman Rahmat Ramadan, S.T.

## LAMPIRAN 10

### SURAT PERNYATAAN SERAH TERIMA PUBLIKASI KARYA ILMIAH

#### PERNYATAAN SERAH TERIMA DAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH TA/PA/SKRIPSI/THESIS MAHASISWA DI REPOSITORY PPNHIB

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Tamara Bintang  
 Tempat/Tanggal Lahir : Kendal/2 April 2002  
 NIM : 2020306003  
 Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara  
 No hp : 089619914148  
 Email : 2020306003@poltekpar-nhi.ac.id

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ilmiah TA/PA/Skripsi/Thesis yang berjudul:

“Kualitas Pelayanan Indonesia Professional Organizer Summit 2024”

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara yang lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Poltekpar NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan dan sudah melalui proses sidang dan revisi dengan sepengetahuan dosen pembimbing.

2. Saya memberi ijin hasil karya tulis ilmiah saya dipublikasikan keseluruhan di repository Poltekpar NHI Bandung dengan alamat domain: repository.poltekpar-nhi.ac.id.

3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah TA/PA/Skripsi/Thesis ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi dan sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 13 Agustus 2024  
Yang membuat pernyataan,



Tamara Bintang

## LAMPIRAN 11

## MEMO



KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA  
**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

Jalan Dr. Setiabudi No. 186 Bandung 40141  
Telepon (022) 2011456, Faksimile (022) 2012097, Laman [www.stp-bandung.ac.id](http://www.stp-bandung.ac.id)

**MEMO**


Yth. : Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama  
Dari : Wisnu Prahadianto, S.E., M.Sc.  
Odang Rusmana, MM.Par.  
Hal : **Bimbingan Perbaikan Tesis/Skripsi/Proyek Akhir/Tugas Akhir**

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Tamara Bintang  
NIM : 2020306003  
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara  
Jurusan : Perjalanan

Telah menyelesaikan perbaikan Tesis/Skripsi/Proyek Akhir/Tugas Akhir dengan **BAIK**

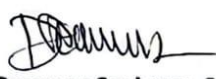
Bandung, 14 Agustus 2024

  
**Wisnu Prahadianto, S.E., M.Sc.**  
NIP. 19730315 200605 1 002

  
**Drs. Odang Rusmana, MM.Par.**  
NIP. 19630419 199703 1 002

disetujui

  
**Marsianus Raga, MM.Par.**  
NIP. 19751024 200902 1 001

  
**R. Darmawan Sundayana, S.Sos.,  
MM.Par.**  
NIP. 19601102 199803 1 001

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



  
**Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.**  
NIP. 19710316 199603 2 001

## BIODATA PENULIS



### A. Data Pribadi

Nama : Tamara Bintang Aprilia Utomo  
NIM : 2020306003  
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 2 April 2002  
Agama : Islam  
Alamat : Jalan Napak Tilas, Gemuh, Kendal

### B. Riwayat Pendidikan

Nama Sekolah	Tahun	Keterangan
MI M Purworejo	2008 - 2014	Lulus
SMPN 1 Weleri	2014 – 2017	Lulus
SMAN 1 Kendal	2017 – 2020	Lulus
Politeknik Pariwisata NHI Bandung	2020 – 2024	