

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Trend permintaan terhadap jasa *event organizer* di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan, ditunjukkan pada periode Oktober 2021-September 2022 permintaan terhadap jasa *event organizer* mengalami kenaikan dibandingkan periode Oktober 2020-September 2021. Pada periode Oktober 2020-September 2021 sempat mengalami penurunan karena terjadinya pandemi COVID-19 sehingga banyak konsumen yang memutuskan untuk tidak merayakan keperluan acaranya. Kemudian pemerintah akhirnya menerapkan *new normal*, hal ini menyebabkan permintaan terhadap jasa *event organizer* kembali meningkat, maka dari itu dapat dibuktikan bahwa terdapat permintaan terhadap jasa *event organizer*.



Gambar 1. 1 Tren Permintaan *Event Organizer* di Indonesia

Sumber: <https://trends.google.co.id> (Diakses pada 17 Maret 2023)

Tabel 1. 1 Daftar *Event Organizer* di Yogyakarta

No	<i>Event Organizer</i> di Yogyakarta	Bidang <i>Event</i>
1	Specta Event Organizer	Moderen <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement, Gathering</i>)
2	Mahkota	Moderen <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement, Gathering</i>)
3	Jason Enterprise	Moderen <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement Gathering</i>)
4	JavaPro	<i>Gathering Event</i>
5	Gurat Ungu	Moderen <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party</i>)
6	Kirei	Tradisional <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement Gathering</i>)
7	Cplus	Tradisional <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement Gathering</i>)
8	Sunstepro	Tradisional <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement Gathering</i>)
9	Calalily	Tradisional <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement Gathering</i>)
10	Eve.project.id	Tradisional <i>Event</i> (<i>Wedding, Birthday Party, Engagement Gathering</i>)

Sumber: Data Primer (2023)

Di Yogyakarta sendiri terdapat beberapa *event organizer* yang besar dan bervariasi dari cara mereka memberikan pelayanan di tiap *event-event* yang mereka *organize*. Tiap *event organizer* memiliki kelebihan masing-masing dan jenis *event* yang mereka kuasai. Contohnya dapat dilihat pada tabel 1.1, tiap *event organizer* memiliki kelebihan dan fokus *event* yang mereka *organize*, contohnya ada *event organizer* yang lebih fokus dalam moderen *event* atau *event* yang sudah menerapkan budaya barat pada acaranya (*wedding, birthday party, engagement* dan *gathering*) seperti Specta Event Organizer, Mahkota, Jason Enterprise, dan Gurat Ungu. Ada juga *event organizer* yang lebih fokus pada tradisional *event* atau *event* yang menerapkan tradisi adat atau budaya pada

acaranya (*wedding, birthday party, engagement* dan *gathering*) seperti Kirei, Cplus, Sunsetpro, Calalily dan Eve.project.id. Ada juga *event organizer* yang hanya fokus pada 1 acara saja seperti *gathering* contohnya yaitu JavaPro.

Specta Event Organizer merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan. Specta Event Organizer sendiri memberikan jasa dalam mengorganisir suatu acara sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen. Specta Event Organizer ini juga melayani jasa dalam bidang pernikahan dan dapat menyesuaikan dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen, contohnya seperti adat pernikahan apa yang diinginkan oleh konsumen Specta Event Organizer.

Berdirinya Specta Event Organizer bermula dari ketertarikan Eko Agus Susanto terhadap dunia industri ekonomi kreatif. Pertama kali didirikan pada tahun 2016 oleh Eko Agus Susanto. Pada waktu itu, Eko Agustinus Susanto yang berprofesi sebagai karyawan dari salah satu bank swasta yang ada di Yogyakarta dan juga mengambil pekerjaan sampingan sebagai seorang karyawan lepas di salah satu *event organizer* di Yogyakarta. Dengan berbekal pengalamannya sebagai karyawan lepas di bidang *event organizer*, beliau mencoba memberanikan diri untuk mendirikan usaha *event organizer* sendiri meskipun belum menemukan nama yang tepat untuk usahanya dan harus meninggalkan pekerjaannya sebagai karyawan bank swasta.

Pada akhir tahun 2016, tepatnya di tanggal 17 Desember 2016 beberapa teman dari Eko Agustinus Susanto memberi masukan kepadanya agar usaha milik beliau segera diberi nama sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat luas. Setelah melakukan berbagai proses pertimbangan, akhirnya tercetuslah nama yang dirasa menarik dan mudah diingat yaitu "Specta Organizer". Nama "Specta" diambil dari kata *spectacular* yang merupakan visi dari Eko Agustinus Susanto sebagai *founder* untuk menghadirkan momen-momen yang spektakuler dan tak terlupakan bagi setiap klien atau konsumennya. "Organizer" dipilih karena usaha ini merupakan usaha *event organizer* yang mengorganisir berbagai macam acara mulai dari acara lamaran, pernikahan, perayaan ulang tahun, syukuran, pesta

kejutan, rapat kerja dan acara-acara lainnya yang membutuhkan bantuan dari pihak *event organizer*.

Seperti halnya dengan perusahaan jasa dan pelayanan yang sejenis, Specta Event Organizer memberikan jasa dan pelayanan yang terbaik agar konsumennya merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh Specta Event Organizer. Keputusan pembelian dalam perencanaan pernikahan (*wedding*) sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial dan pribadi. Dalam budaya Indonesia, pernikahan adalah salah satu momen penting sehingga keputusan pembelian dalam perencanaan pernikahan memiliki konsekuensi jangka panjang bagi pasangan dan keluarga mereka.

Specta Event Organizer berfokus untuk menawarkan beberapa produk jasa kepada konsumennya, hal yang ditawarkan merupakan jasa perencanaan dan jasa dalam mengatur, mengelola dan mengeksekusi penyelenggaraan dalam suatu acara sesuai permintaan dari konsumen. Dapat diketahui bahwa permintaan dari konsumen di tiap *event* sangatlah bermacam-macam, di sisi lain sebagai *event organizer* harus dapat memenuhi permintaan tersebut, contohnya ketika konsumen menginginkan jalannya acara seperti apa, proses masuknya mempelai harus seperti apa, penataan meja harus seperti apa dan masih banyak lagi permintaan spesifik yang harus *event organizer* penuhi.

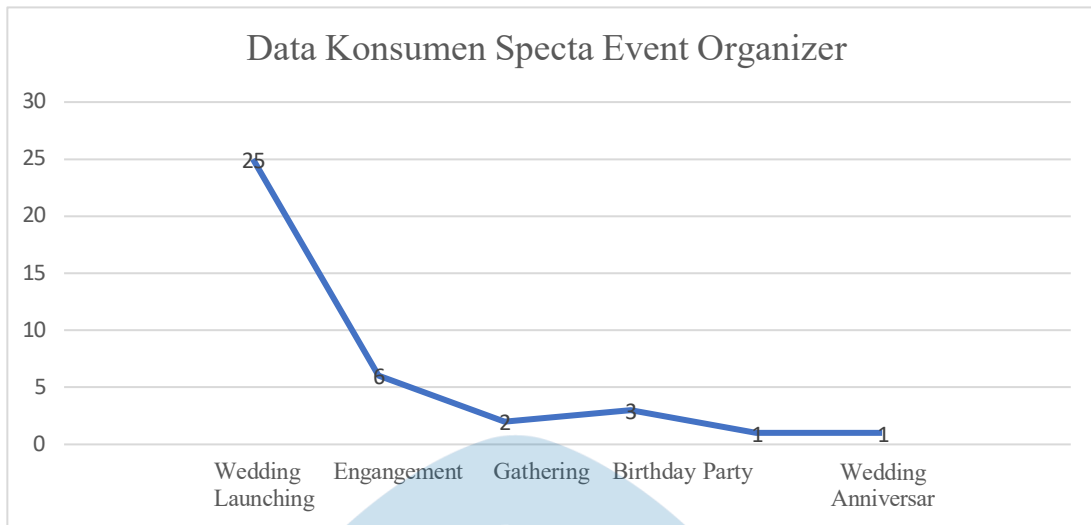
Produk yang ditawarkan oleh jasa Specta Event Organizer memiliki jenis yang beragam di tiap acaranya tergantung dari paket yang dipilih dan banyaknya jumlah tamu yang akan hadir dalam acara tersebut, sehingga sebagai *event organizer* harus dapat memenuhi berbagai permintaan konsumennya dengan baik agar konsumen memiliki keputusan pembelian yang cukup matang.



Gambar 1. 2 Konsumen Specta Event Organizer Wedding

Sumber: Instagram Specta Event Organizer (Diakses pada 21 Maret 2023)

Pada gambar 1.2 menunjukkan konsumen Specta Event Organizer dan beberapa acara yang pernah Specta Event Organizer selenggarakan. Beberapa acara tersebut yaitu *wedding* dan *engagement*.



Gambar 1. 3 Data Konsumen Specta Event Organizer 2022

Sumber: *Owner Specta Event Organizer*

Pada tahun 2022 Specta Event Organizer memperoleh sebanyak 38 konsumen, jumlah tersebut didominasi oleh acara *wedding* (25) disusul dengan *engagement* (6), *gathering* (2), *birthday party* (3), *launching product* (1) dan *wedding anniversary* (1). Faktor Budaya memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perencanaan suatu pernikahan, mengingat budaya di Indonesia sendiri sangatlah beragam, terutama adat dan kepercayaan yang menjadi panduan dalam pemilihan tata cara dan jenis pakaian, makanan, dekorasi dan lokasi pernikahan. Misalnya, adat jawa memiliki aturan khusus dalam tata cara pernikahan seperti prosesi lamaran, siraman, dan upacara adat lainnya. Selain itu, faktor agama juga mempengaruhi keputusan pembelian, seperti pemilihan *vendor* yang memenuhi syarat halal atau menyesuaikan pernikahan dengan tradisi agama. Seperti halnya Specta Event Organizer yang memiliki fokus pada moderen *event*, dimana moderen *event* di Indonesia sendiri masih menjadi mayoritas pilihan dari adat tionghoa karena tata cara dan pelaksanaannya tergolong modern dan fleksibel yang dapat mengikuti keinginan masing-masing konsumen.

Faktor sosial juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian dikarenakan selain dari keputusan calon pengantin, keluarga dan teman-teman

juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian pernikahan. Keluarga umumnya memiliki preferensi terhadap *vendor* atau lokasi pernikahan tertentu sesuai dengan budaya dan tradisi keluarga. Teman-teman juga dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi calon pengantin terhadap *vendor* atau desain undangan tertentu. Pengalaman dari keluarga dan teman-teman juga bisa menjadi pengaruh untuk calon pengantin dalam memilih *vendor* untuk pernikahan karena mereka bisa memberikan saran dalam memilih *vendor* seperti pelayanan dan jasa yang diberikan. Media sosial juga menjadi faktor sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian, dimana para calon pengantin dapat memperoleh informasi tentang *vendor* dan desain terbaru. Faktor pribadi juga memiliki peran yang paling penting untuk menentukan keputusan pembelian dalam merancang acara pernikahan. Faktor pribadi ini menjadi preferensi dan anggaran calon pengantin. Preferensi bisa berupa tema pernikahan, desain undangan, dan tata dekorasi. Sementara itu, anggaran bisa menjadi faktor yang membatasi pilihan calon pengantin dalam memilih *vendor* atau desain yang mereka inginkan.

Penulis memilih topik ini untuk diteliti karena ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh dari faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian pelanggan dalam menggunakan Specta Event Organizer, dimana penelitian ini masih tergolong jarang diteliti di Indonesia. Penulis juga ingin lebih lanjut meneliti topik ini terkhusus di Indonesia karena di negara ini masih sangat kental dengan faktor budaya dan sosial sehingga diharapkan nantinya dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Specta Event Organizer merupakan salah satu Event Organizer yang ternama di Yogyakarta dan memiliki jasa pelayanan yang baik sehingga konsumen atau klien dari Specta Event Organizer sangat bervariasi, secara tidak langsung hal ini dapat menimbulkan prespektif dan kepercayaan tersendiri bagi masing-masing konsumen, dimana nantinya mereka yang telah menggunakan jasa dari Specta biasanya lebih menyarankan kerabat atau kelompok mereka untuk memilih Specta sebagai pilihan *event organizer*nya, maka hal ini akan menjadi faktor sosial bagi seseorang dalam memilih *event organizer* ini.

Terkait dengan faktor budaya, di Indonesia sendiri memiliki beragam adat dan budaya, sama halnya dengan *event organizer* pasti tiap konsumen memiliki preferensi mereka masing-masing tergantung latar belakang adat dan budaya mereka. Dapat diketahui bahwa Specta Event Organizer mayoritas konsumennya adalah etnis tionghoa, dimana etnis ini memiliki adat dan budaya yang masih turun temurun, dapat dilihat bahwa Specta Event Organizer sangat mumpuni dalam menyesuaikan keperluan konsumennya, karena memang *event organizer* ini berfokus pada moderen event yang dalam prakteknya saat ini memang banyak dipilih dalam perayaan adat tionghoa. Maka hal tersebut secara tidak langsung dapat menjadi faktor budaya bagi seseorang dalam memilih *event organizer* ini. Kemudian terkait dengan faktor pribadi, keputusan seseorang dalam memilih *event organizer* tidak kalah penting, dimana seseorang pasti harus menentukan pilihannya sendiri disamping faktor sosial dan budaya yang juga ikut mempengaruhi. faktor pribadi menjadi hal terakhir yang harus dipikirkan konsumen dalam memilih *event organizer* yang sesuai dengan kebutuhannya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Specta Event Organizer?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Specta Event Organizer?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Specta Event Organizer?
4. Apakah ada terdapat perbedaan pengaruh jenis kelamin terhadap keputusan pembelian Specta Event Organizer?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian Specta Event Organizer.

2. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian Specta Event Organizer.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian Specta Event Organizer.
4. Untuk menganalisis pengaruh jenis kelamin terhadap keputusan pembelian Specta Event Organizer.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi *event organizer* terkait pengaruh faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian pelanggan dan hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain mengenai pengaruh faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan evaluasi bagi Specta Event Organizer terkait pengaruh faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi *event organizer* terkait pengaruh faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Terdapat 5 bab penelitian dalam penelitian ini yang terdiri dari:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini memberikan gambaran umum tentang subjek yang dibahas dalam penelitian ini. Bab I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini memberikan gambaran tentang teori-teori dari penelitian sebelumnya untuk mendukung penelitian penulis. Bab II terdiri dari landasan teori, tabel penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian.

Bab III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan bagaimana metode penelitian diimplementasikan. Bab III terdiri dari jenis penelitian, objek, objek penelitian dan lokasi, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran data dan metode data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang hasil statistik deskriptif, hasil analisis data dan pembahasan penelitian. Bab IV menjelaskan secara rinci langkah-langkah untuk mencapai tujuan penelitian berupa pengujian data, konfirmasi hasil terkait penelitian sebelumnya.

Bab V: Penutup Dan Kesimpulan

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang berfungsi agar pembaca dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang. Bab ini terdiri dari kesimpulan, implikasi manajerial, kelemahan penelitian dan saran untuk penelitian mendatang.