

SKRIPSI
KUALITAS PELAYANAN GM PRODUCTION SEBAGAI
EVENT ORGANIZER SUPPORT DALAM ACARA
ROAD TO GIVE 2022



OLEH
FRIDERIKA MAYA ADELIA
419100632

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2023

HALAMAN JUDUL
SKRIPSI
KUALITAS PELAYANAN GM PRODUCTION SEBAGAI
EVENT ORGANIZER SUPPORT DALAM ACARA
ROAD TO GIVE 2022



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

OLEH
FRIDERIKA MAYA ADELIA
419100632

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2023

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
KUALITAS PELAYANAN GM PRODUCTION SEBAGAI
EVENT ORGANIZER SUPPORT DALAM ACARA
ROAD TO GIVE 2022



OLEH
FRIDERIKA MAYA ADELIA
419100632

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901

Pembimbing II

Agus Wibowo. S.B.S., S.Sos, S.ST., M.M
NIDN. 0502076701

Mengetahui

Ketua Prodi Usaha Perjalanan Wisata

Yudi Setiaji, S.H. M.M
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN
KUALITAS PELAYANAN GM PRODUCTION SEBAGAI
EVENT ORGANIZER SUPPORT DALAM ACARA
ROAD TO GIVE 2022

SKRIPSI

Oleh
FRIDERIKA MAYA ADELIA
419100632
Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal:.....

TIM PENGUJI

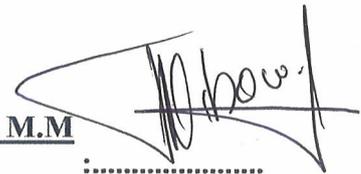
Penguji Utama : Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001


:.....

Penguji I : Drs Santosa, M.M
NIDN. 0519045901

:.....

Penguji II : Agus Wibowo. S.B.S., S.Sos, S.ST., M.M
NIDN. 0502076701


:.....

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta




Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Friderika Maya Adelia

NIM : 419100632

Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata

Judul : Kualitas Pelayanan GM Production sebagai Event Organizer

Support dalam Acara Road to Give 2022

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini adalah hasil karya atau penelitian saya sendiri yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain.

Yogyakarta, Juli 2023



Friderika Maya Adelia
419100632

HALAMAN MOTTO

“Just keep swimming”

- Dory, Finding Nemo –

“There always be ‘no’ before receive a ‘yes’”

- Isabella Menin –

“Apa yang menjadi milikmu akan kamu temukan dengan sendirinya”

- Ali Bin Abi Thalib -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibuk dan Bapak saya, Ibuk Nanik dan Bapak Kasman. Mereka adalah orang tua hebat yang telah mengajari saya berbagai hal baik. Terimakasih atas doa dan kepercayaan yang kalian berikan kepada saya. Juga untuk kedua adik saya yang menjadi *mood booster* saat sedang capek, Angel dan Alvin yang juga sama-sama berjuang untuk membanggakan kedua orang tua kami.
2. GM Production yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di lapangan. Terutama tim operasional yang telah membantu dalam proses pembuatan dan penyebaran kuesioner, Mbak Rira, Mbak Ria, dan Mas Rico.
3. Untuk tim ViaVia Guesthouse, Mbak Iis, Mbak Yasmin, Mas Budi, dan Mas Anto, terimakasih atas dukungan dan bantuan perpindahan *shift* dadakannya. Semoga kita selalu kompak dan ViaVia semakin jaya.
4. Terimakasih kepada teman - teman dekat saya, Raneer yang mau direpotkan membantu menyebar kuesioner, Moms Tita, Moms Othok, dan Mbak Arin yang telah mendengarkan sambatan dalam penulisan skripsi ini.
5. Teman - teman seperjuangan di kampus, Ani si partner statistika, Tyak Leyak, Apri, Alfatika, dan teman - teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat dan bantuannya mulai dari awal perkuliahan hingga proses pembuatan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan “Pariwisata” pada Program Studi “Usaha Perjalanan Wisata” di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis juga menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Agus Wibowo. SBS, S.Sos, ST., M.M. selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputro, S.S., M.M. selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Yudi Setiaji, S.H. M.M. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Yosef Sumaryono selaku Direktur Human Capital Development GM Production Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian di acara *Road to Give 2022*.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik dan saran dapat disampaikan ke e-mail mayaadelia4@gmail.com.

Yogyakarta, Juni 2023

Friderika Maya Adelia

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| BERITA ACARA UJIAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Batasan Masalah | 9 |
| D. Tujuan Penelitian | 9 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Teorisasi..... | 11 |
| 1. <i>Event organizer</i> | 11 |
| 2. Kualitas Pelayanan..... | 17 |
| B. Penelitian Terdahulu | 23 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| D. Hipotesis Penelitian | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Subjek dan Objek Penelitian..... | 27 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 27 |
| C. Populasi dan Sampel | 27 |

| | |
|----------------------------------|----|
| D. Variabel Penelitian..... | 28 |
| 1. Variabel Penelitian..... | 28 |
| 2. Definisi Konseptual | 29 |
| 3. Definisi Operasional | 29 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 1. Jenis Instrumen | 35 |
| 2. Uji Kelayakan Instrumen | 36 |

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum..... | 39 |
| 1. Deskripsi Perusahaan | 39 |
| 2. Struktur Organisasi Perusahaan | 41 |
| 3. Deskripsi acara <i>Road to Give</i> 2022..... | 43 |
| B. Karakteristik Data Penelitian | 44 |
| C. Hasil Uji Instrumen..... | 48 |
| 1. Validitas | 48 |
| 2. Reliabilitas | 49 |
| D. Hasil Analisis Deskriptif..... | 49 |
| E. Hasil Penelitian | 56 |
| 1. Uji Hipotesis | 56 |
| F. Pembahasan | 59 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 63 |
| B. Saran | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden | 45 |
| Tabel 4.2 Usia Responden..... | 46 |
| Tabel 4.3 Pekerjaan Responden | 47 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas..... | 48 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas | 49 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Tangible | 49 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Reliability | 51 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Responsiveness | 52 |
| Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Assurance | 54 |
| Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Empathy | 55 |
| Tabel 4.11 Descriptive Statics..... | 56 |
| Tabel 4.12 Test Statistics | 57 |
| Tabel 4.13 Total Skor..... | 57 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Kepada Responden
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Foto Dokumentasi
- Lampiran 4 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon klien terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan *event* yang dilaksanakan oleh GM Production pada acara *Road to Give 2022* yang dilaksanakan di Yogyakarta Marriott Hotel.

Metode penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sebanyak 70 orang pengguna jasa dalam event yang dipilih berdasarkan klustering yaitu 20 panitia acara (pihak Yogyakarta Marriott Hotel) dan 50 peserta acara (orang umum). Untuk mengukur variabel - variabel penelitian yang mencakup aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* digunakan skala likert dari 4 poin.

Dari hasil penelitian, diketahui aspek *tangible* (X1) memiliki nilai rata - rata.3,65, aspek *reliability* (X2) memiliki nilai rata – rata 3,54, aspek *responsiveness* (X3) memiliki nilai rata – rata 3,59, aspek *assurance* (X4) memiliki nilai rata – rata 3,63, aspek *empathy* (X5) memiliki nilai rata – rata 3,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai rata - rata relatif sama, maka Ho1 diterima. Aspek *tangible* memiliki nilai rata – rata tertinggi maka Ha2 diterima.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, *event organizer*, Skala Likert

ABSTRACT

This research determine the client's response to the service quality of organizing events by GM Production at the Road to Give 2022 event which was held at Yogyakarta Mariott Hotel.

The research method is descriptive with a quantitative approach with 70 users in the event selected based on clustering, 20 event commitee (Yogyakarta Mariott Hotel staff) and 50 participants (general people). This research is used service quality's variable which is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy and used likert scale with 4 points.

The result of the research is that tangible aspect (X1) has an average value of 3.65, rreliability aspect (X2) has an average value of 3.54, responsiveness aspect (X3) has an average value of 3.59, the assurance aspect (X4) has an average value of 3.63, and empathy aspect (X5) has an average value of 3.6. Thus it can be concluded that the average value is relatively the same, then Ho1 is accepted. The tangible aspect has the highest average value, so Ha2 is accepted.

Keywords: *Service quality, event organizer, Likert Scale*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada awal tahun 2020 dunia diguncangkan dengan hadirnya wabah virus Covid-19. Menurut WHO, Covid-19 atau yang disebut dengan virus corona adalah keluarga besar virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan dan manusia. Pada manusia virus corona menyebabkan infeksi pernapasan mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti Middle East Respiratory Syndrom (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) (Nicola et al., 2020). Covid-19 adalah wabah global yang mulanya terjadi di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019 yang kemudian menyebar dengan cepat ke 210 negara di dunia, termasuk Indonesia hanya dalam waktu beberapa bulan. Adanya Covid-19 membawa dampak yang luar biasa yaitu hampir seluruh sendi-sendi kehidupan di belahan dunia mengalami kelumpuhan tak terkecuali Indonesia. Untuk membatasi penyebaran covid-19 pemerintah di seluruh dunia mengambil sebuah tindakan yaitu memberlakukan Lockdown atau melarang seluruh negara atau kota-kota yang paling terdampak covid untuk memasuki wilayah perbatasan mereka. Hal ini dilakukan agar penyebaran covid-19 dapat di tekan (Fotiadis et al., 2021). Pemerintah Indonesia juga bertindak untuk menekan penyebaran covid-19. Sejak bulan Februari 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke

Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis, dan puncaknya terjadi pada bulan April 2020 dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158.000 orang (Kemenparekraf/Baparekraf., 2020).

Kemenparekraf/Baparekraf menjelaskan bahwa sepanjang tahun 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia hanya sekitar 4.052.000 orang. Angka ini sangat memprihatinkan, karena jumlah tersebut hanya sekitar 25% dibandingkan dengan jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia pada 2019. Menurut Kartiko (2020; 126) penurunan juga terjadi pada kunjungan wisatawan domestik, terutama masyarakat Indonesia yang enggan untuk melakukan perjalanan, karena khawatir dengan dampak covid-19.

Presiden Indonesia, Joko Widodo mengeluarkan instruksi yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Adanya pembatasan sosial ini mengakibatkan kemandekan di berbagai sektor, baik sektor ekonomi, sosial dan politik. Sektor pariwisata adalah sektor yang paling terdampak dengan adanya pandemi ini (Škare et al., 2020). Hal ini pun akhirnya berdampak pada pendapatan negara di sektor pariwisata, adanya pembatasan sosial berskala besar dan ditutupnya akses keluar-masuk Indonesia, menyebabkan penurunan pendapatan negara di sektor pariwisata sebesar Rp20,7 miliar.

Pemerintah membuat larangan atas penyelenggaraan acara maupun pertemuan secara besar besaran yang mana hal tersebut menjadi tantangan

besar bagi bisnis *event organizer* yang sarat akan aktivitas fisik dan kerumunan.

Event organizer atau yang biasa disingkat EO adalah perusahaan jasa dan barang yang melaksanakan sebuah *event* atas penugasan dan permintaan klien yang memberikan dukungan dana untuk melaksanakan *event* tersebut. Dengan demikian *event organizer* sangatlah terikat oleh peraturan-peraturan yang telah dibuat oleh penyelenggara dan juga harus mengikuti semua persyaratan yang telah disetujui sebelumnya, *event organizer* juga menerima bayaran atas kerja keras yang telah mereka lakukan. *Event organizer* adalah sebuah bisnis dan profesi multidisiplin. Untuk menjalankan profesinya dengan sukses, *event organizer* dituntut dalam melaksanakan tugasnya agar senantiasa mengembangkan diri dalam berbagai ilmu disiplin dan ilmu yang terkait dengan profesinya. Meskipun begitu *event organizer* tidak diharapkan menjadi *event organizer* yang ahli dalam segala bidang, tetapi paling tidak seorang yang bekerja di *event organizer* haruslah mengetahui secukupnya ilmu yang dibutuhkan dalam menyelenggarakan ataupun dalam pengawasan terhadap persiapan, perencanaan, dan juga pelaksanaan *event* tersebut.

Adaptasi terhadap pandemi memunculkan inovasi yang menghadirkan *hybrid experience*, yaitu kombinasi pengalaman *offline* dan *online* dalam penyelenggaraan acara seperti seminar, konferensi, hingga pameran. Narasumber dan *host* hadir di studio/ruangan secara fisik, namun

peserta mengikuti rangkaian acara secara *online* melalui *platform* seperti Zoom dan YouTube.

Era *new normal* pada akhirnya memaksa pemerintah untuk mengeluarkan berbagai kebijakan lanjutan, sebagai upaya untuk meningkatkan kembali aktivitas sosial dan perekonomian di Indonesia pada masa pandemi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menerbitkan panduan pelaksanaan *Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability* (CHSE) yang ditujukan untuk para pelaku bisnis pariwisata seperti hotel, restoran, destinasi, dan salah satunya adalah *event organizer*. Protokol kesehatan yang berbasis CHSE ini merupakan sebuah standarisasi protokol kesehatan yang diaplikasikan oleh para pelaku usaha pariwisata. Selain itu, dengan adanya sertifikat CHSE diharapkan dapat membuat para konsumen jauh lebih percaya dan merasa aman untuk datang ke tempat usaha tersebut.

Di tahun 2022, sektor pariwisata Indonesia berhasil bangkit dari keterpurukan, menorehkan prestasi membanggakan dimana indeks daya saing pariwisata dan perjalanan atau *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) yang baru saja dirilis secara resmi oleh World Economic Forum (WEF) pada 24 Mei 2022 menunjukkan bahwa Indonesia melesat naik 12 peringkat, dari posisi 44 menjadi peringkat 32 besar dunia. Meningkatnya peringkat Indonesia ini membuktikan bahwa sektor pariwisata Indonesia mampu bangkit dan pulih di tengah situasi yang sulit.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang strategis untuk menjadi media integrasi program dan kegiatan antar sektor pembangunan, sehingga sektor pariwisata nantinya bisa ditetapkan menjadi sektor utama pembangunan. Hal ini juga seiring dengan meningkatnya destinasi dan investasi pariwisata di Indonesia. Pariwisata merupakan faktor kunci dalam pendapatan ekspor, penciptaan lapangan pekerjaan, pengembangan usaha dan infrastruktur.

Setiap daerah di Indonesia saat ini saling berusaha menunjukkan keunggulan wisata yang dimilikinya untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut.

Empat tahun terakhir ini, pemerintah berupaya mengembangkan industri pariwisata, khususnya *sport tourism* dengan diadakan kembalinya lomba olahraga tingkat internasional dan dengan dibangunnya Sirkuit Mandalika. Selain mulai serius menggarap segmen *sport tourism*, pemerintah juga serius menggarap segmen kegiatan *meeting, incentive, convention, and exhibition* (MICE). Salah satunya adalah perhelatan Presidensi G20 Indonesia, yang puncaknya berupa KTT G20 pada November 2022. Selama (satu) tahun Indonesia mengadakan rangkaian acara G20, salah satu kota yang ditunjuk untuk menjadi tuan rumah adalah kota Yogyakarta.

Pada tahun 2019, Yogyakarta menjadi salah satu tujuan wisata MICE yang dipromosikan di ITB Asia. Selain itu, pemerintah juga menjadikan Yogyakarta sebagai salah satu destinasi prioritas utama terkait

program sosialisasi protokol kesehatan berdasarkan panduan CHSE. Hal ini bertujuan untuk mendorong pariwisata dan industri kreatif, sekaligus meningkatkan kepercayaan diri berbagai pihak untuk menggelar kegiatan MICE di Yogyakarta.

Tidak hanya sebagai tujuan MICE saja, tahun ini Yogyakarta juga menggelar *event* tingkat internasional seperti Event Asian Tourism Forum (ATF) yang digelar di Yogyakarta pada 2 – 5 Februari lalu yang menandai bangkitnya kembali momentum promosi pariwisata Indonesia yang berlokasi di Jogja Expo Center (JEC). *Event* tingkat internasional lainnya yang tahun ini digelar di Yogyakarta terdapat Prambanan Jazz 2023 yang akan di gelar Juli mendatang, dan Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF) tanggal 22 November sampai 2 Desember 2023.

Banyaknya peserta *event* berskala nasional maupun internasional yang digelar di Kota Yogyakarta menunjukkan bahwa posisi Yogyakarta sebagai salah satu daerah pariwisata berbasis penyelenggaraan *event* semakin kokoh.

Dengan banyaknya kegiatan *event* yang berlangsung di Yogyakarta, kebutuhan akan *event organizer* semakin meningkat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* di Yogyakarta adalah GM Production Indonesia.

GM Production Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* yang menawarkan pelayanan dan peralatan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan suatu *event*.

GM Production Indonesia melancarkan strategi guna bersaing dengan kompetitor dengan mengacu pedomannya yaitu “*better, stronger, faster*”. Tentu dengan tujuan untuk mendapatkan klien atau konsumen sebanyak banyaknya. Tidak cukup hanya mendapatkan klien atau konsumen yang sebanyak banyaknya, seiring sejalan dengan tujuan tersebut tentu sebuah *event organizer* ingin mendapatkan klien tetap. Salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh GM Production Indonesia untuk mendapatkan klien tetap adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang maksimal.

Kualitas pelayanan yang baik menjadi sebuah prioritas bagi setiap perusahaan. Mereka berkompetisi untuk menyajikan sebuah pelayanan yang lebih baik, lebih ramah dan lebih mendekatkan antara perusahaan dengan kliennya. Adanya kebutuhan dan keinginan klien terhadap suatu produk atau jasa merupakan salah satu alasan pengusaha mendirikan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mulai menitikberatkan pelayanan terhadap kliennya dengan harapan agar para klien merasa puas dan loyal terhadap produk atau jasa perusahaan karna pelanggan merupakan salah satu aset yang paling berharga bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa adanya klien, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Kualitas pelayanan diberikan kepada klien harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal.

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihat, keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan, daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan yang disepakati kedua belah pihak.

Kualitas pelayanan dibedakan dalam dua kategori, yaitu kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen, melainkan dapat dirubah. Perubahan ini nantinya diharapkan dapat membuat kualitas pelayanan suatu daya tarik wisata lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survey atau observasi kepada klien, termasuk di dalamnya berupa masukan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

B. Rumusan Masalah

Tujuan utama sebuah *event organizer* sebagai penyedia jasa adalah memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan para klien. Salah satunya adalah GM Production Indonesia, perusahaan *event organizer* yang

menawarkan pelayanan dan peralatan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan suatu *event*. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, tentu kepuasan klien adalah tujuan utama yang ingin dicapai. Dari penjabaran di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan klien terhadap kualitas pelayanan GM Production yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebagai *event organizer support* dalam acara *Road to Give 2022*?
2. Dari kelima dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*) manakah yang menduduki peringkat pertama dalam hal kepuasan dalam penggunaan jasa GM Production Indonesia?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada pada acara *Road to Give 2022* yang diprakarsai oleh GM Production Indonesia yang berperan sebagai *supporting event organizer*. Klien yang dimaksud adalah panitia penyelenggara dan peserta acara *Road to Give 2022*.

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisa tanggapan klien terhadap kualitas pelayanan GM Production yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*,

assurance, dan *empathy* sebagai *event organizer support* dalam acara *Road to Give 2022*

2. Mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang menduduki peringkat pertama dalam hal kepuasan dalam penggunaan jasa GM Production Indonesia.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak meliputi:

1. *Event organizer*

Sebagai pertimbangan dan masukan bagi pengelola dan karyawan khususnya tim operasional lapangan yang secara langsung berkomunikasi dengan klien untuk meningkatkan kualitas pelayanan di GM Production Indonesia.

2. Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan datang, serta memperkaya ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan program studi usaha perjalanan wisata.

3. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan klien di GM Production dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi bekal penulis dalam pengembangan ilmu pariwisata di masa mendatang.