

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya fenomena pandemi Covid-19 di seluruh belahan dunia tidak terkecuali Indonesia memberi dampak pada berbagai jalannya kegiatan industri, di Indonesia sendiri berbagai industri mengalami penurunan kinerja selama adanya pandemi Covid-19 tersebut, salah satu yang terkena dampak besar adalah industri penyelenggaraan acara seperti event organizer (EO) dan meeting, incentive, conference, and exhibition (MICE). Hilangnya potensi pemasukan yang dikarenakan adanya penundaan dan pembatalan berbagai kegiatan massal di Indonesia dibatalkan demi mencegah penyebaran Covid-19. Selain dari adanya kerugian materil, keadaan pandemi Covid-19 ini juga membuat pekerja dari berbagai industri ikut terimbas. Walaupun penyelenggaraan industri seperti EO dan MICE dapat dilaksanakan secara *online* tetapi tetap tidak dapat bertumpu pada hal tersebut, kegiatan secara *offline* tetap menjadi tiang industri ini.

Selain dari adanya dampak besar pada industri penyelenggaraan acara seperti event organizer (EO) dan meeting, incentive, conference, and exhibition (MICE), industri *fashion* atau pakaian juga mengalami penurunan penjualan yang tidak sedikit. Menurut Natalia (2021), bisnis *fashion* di Indonesia sendiri mengalami 70% penurunan penjualan selama masa pandemi, angka tersebut dinilai cukup tinggi dan berdampak pada kehidupan seluruh pengusaha dan pekerja *fashion* di Indonesia. Era ini menjadi sebuah tantangan besar untuk para *fashion designer* dan juga penjual pakaian baik *retail* maupun grosir.

Adanya masa pandemi Covid-19 yang berkepanjangan di Indonesia mendapat angin segar dari pemerintah yakni sebuah skenario mempercepat penanganan Covid-19 dalam aspek kesehatan serta sosial ekonomi yang dinamakan *new normal*. Adanya izin pemerintah untuk pelaksanaan skenario *new normal* pada daerah-daerah yang memiliki tingkat kasus Covid-19 sedang dengan sejumlah SOP kesehatan ketat yang harus dipatuhi menjadi momentum yang baik bagi berbagai industri untuk berkreasi dan berinovasi, berkolaborasi, dan beradaptasi khususnya

pada sektor-sektor akomodasi, restoran, kegiatan massal dan transportasi yang sudah dipersiapkan protokol kesehatan khususnya. Era *new normal* ini berhasil membentuk harapan khususnya bagi industri ekonomi kreatif yang memberi pemasukan besar kepada Indonesia sebelum adanya pandemi Covid-19.

Dimana menurut Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif terdapat dua subsektor dalam memfokuskan pengembangan ekonomi kreatif, yakni subsektor unggulan dan subsektor prioritas. Subsektor unggulan berkaitan dengan perannya dalam pertumbuhan Ekonomi Kreatif yang mencakup subsektor kriya, kuliner, fashion. Ketiga subsektor ini menyumbang sekitar 76% PDB ekonomi kreatif dan jika dilihat dari nilai Ekspor Produk Kreatif dengan Indikator Kinerja Utama Nilai Ekspor Bruto dari target 21,50 Miliar USD telah terealisasi sebesar 22,07 Miliar USD sehingga capaiannya sebesar 102,65%, pada hal tersebut sektor industri subsektor *fashion* memiliki nilai ekspor yang tinggi dibandingkan dengan subsektor lainnya yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 1 Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif 2015-2018

Subsektor	2015	2016	2017	2018
Film & Animasi				1.41
Kriya	7,264,504.8	7,797,661.1	7,881,257.83	8,405,803.97
Kuliner	1,178,955.6	1,260,503.6	1,255,822.41	1,406,751.94
Musik	29.0	14.5	14.91	16.85
<i>Fashion</i>	10,895,217.7	10,901,481.5	10,741,916.74	11,752,760.23
Penerbitan	22,334.5	26,166.8	26,308.46	27,256,09
Seni Rupa	3,035.7	3,039.9	3,079.66	3,394.13
Total	19,364,077.30	19,988,867.40	19,838,400.00	21,235,984.64

sumber : Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019

Selain dari industri subsektor fashion, perkembangan Industri MICE di Indonesia sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini diperkuat melalui pernyataan Titus Indrajaaya dalam jurnalnya yang berjudul “Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition)” yang menyatakan semakin banyak diselenggarakannya berbagai perundingan dan pertemuan yang berskala nasional maupun internasional ini tentunya akan memberi prospek yang besar

terhadap potensi perkembangan industri MICE yang sangat menjanjikan. Perkembangan industri MICE sendiri memiliki potensi yang besar di Indonesia dan merupakan salah satu produk unggulan industri Pariwisata seperti yang tertuang pada pasal 14 ayat 1 Undang – Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyebutkan bahwa industri MICE merupakan salah satu dari Top Five Contributors dalam mendatangkan wisatawan mancanegara dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang pesat. Kementerian Pariwisata menambahkan, bahwa pada sektor Pariwisata, terutama pada industri MICE sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini dilihat dari data pertumbuhan industri MICE Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2013 mengalami pertumbuhan sebanyak 6 sampai 7%, pada tahun 2015 sebanyak 1% , tahun 2016 sebanyak 3% dan target peningkatan sebanyak 5 hingga 10% untuk tahun 2019 yang akan datang

Peluang industri subsektor *fashion* di Indonesia yang beriringan dengan perkembangan industri MICE serta pameran dan pariwisata yang kian maju inilah yang di tangkap sebagai peluang yang besar oleh Sheena Krisnawati sebagai *founder* dari *event* Hijab Fest. Menurut Sheena sebagai narasumber pada wawancara penelitian 12 Maret 2020, awal mula terbentuknya *event* Hijab Fest pada saat adanya fenomena *hijabers* pada remaja perempuan yang memakai hijab, terdapat juga anak artis dan anak Ustaz membuat kajian bersama dengan nama Hijabers Community. Sejak pada saat itu remaja perempuan berkreasi dan berinovasi untuk menemukan bagaimana cara berhijab agar tidak terkesan tertinggal *trend fashion*. Pada tahun 2011 saya masih observasi data dan masih menganalisa *trend fashion* busana muslim yang terdapat di Pasar Baru atau di Tanah Abang dan menelaah apa perbedaannya dengan yang *fashion designer* buat dan setelah semua analisis dan observasi sudah memiliki titi temu maka pada tahun 2012 Hijab Fest menyelenggarakan *event* pertamanya di bulan Juni.

Dilansir melalui Antara News pada tahun 2021, berbagai kegiatan massal di Indonesia ditunda atau dibatalkan demi mencegah penyebaran Coronavirus Disease-2019 (Covid-19). Akibatnya, industri penyelenggaraan acara seperti event organizer (EO) dan meeting, incentive, conference, and exhibition (MICE)

kehilangan potensi pemasukan yang totalnya diperkirakan mencapai Rp6,9 triliun. Dilansir dari Sindo News, Kemenparekraf tetap mendorong adanya kegiatan MICE meskipun tidak terlampau besar. Hal ini dilakukan agar industrinya tetap berjalan dan masyarakat bisa terbiasa dengan protokol kesehatan baru. Di sisi lain, Kemenparekraf juga sudah membuat protokol kesehatan berupa *Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability* (CHSE) dan menyosialisasi kepada masyarakat. "Kalau kita tidak pernah menjalankan protokol tersebut, akhirnya orang tidak tahu bagaimana ke depan menjalankan protokol itu. Saran saya kepada dinas pariwisata bisa berkolaborasi dengan pemberi izin untuk menyosialisasikan protokol tersebut," jelasnya Selasa (1/12/20)

Walaupun masih dalam kondisi pandemi Covid 19, tapi acara Indonesia Hijabfest masih digelar. Yakni sejak 6 sampai 10 April 2021 di Ballroom Trans Luxury Hotel Bandung, Jl Gatot Subroto Kota Bandung, Jawa Barat. Para pengunjung pun, datang berangsur-angsur dan mereka rela mengantre berjam-jam agar bisa masuk ke area pameran dikarenakan area dibatasi untuk sejumlah orang saja dan hal tersebut menjadi tugas panitia untuk mengatur jumlah pembeli yang masuk ke area pameran agar tak menumpuk. Namun, ada yang berbeda dari penyelenggaraan tahun ini. Perbedaan tersebut dibawa oleh Wakaf Salman selaku *official partner* dari Indonesia Hijabfest 2021.

Menurut Founder Hijab Fest, Sheena Krusnawati, selaku narasumber pada sesi wawancara penelitian tahun 2021, pada situasi pandemi Covid-19 membutuhkan pemulihan yang prosesnya akan lama tetapi melihat kondisi ekonomi juga yang terus merosot terutama pada kota Bandung. Banyak sekali para pemilihusaha *fashion* hijab dan usaha *fashion* lainnya yang juga punya tanggungan para pekerjanya penjahit dan elemen karyawan lainnya merasa kesulitan di keadaan pandemi Covid-19 ini. Hijab Fest 2020 dan 2021 adalah salah satu bentuk akselerasi pemulihan ekonomi agar membantu pemulihan ekonomi industri kreatif khususnya pada industri *fashion*, dan juga Hijab Fest selalu mengikuti himbuan pemerintah tentang penyelenggaraan acara pada masa pandemi Covid-19 khususnya pemerintahan Kota Bandung.

Gambar 1. 1 Event Indonesia Hijab Fest 2021



sumber : *detikfinance.com* (diakses pada 20 April 2021 pukul 17.55)

Seperti terlihat pada Gambar 1.1 di atas, Hijab Fest Indonesia 2021 sendiri berusaha memenuhi berbagai persyaratan protokol kesehatan, seperti: Pengatur suhu, persyaratan masker, melarang pengunjung untuk membuka masker, penyediaan *handsanitizer* dan tempat untuk mencuci tangan, kegiatan registrasi pengunjung online, dan membatasi pengunjung yang ada di dalam ruangan. Menerbitkan surat persetujuan dan surat keterangan sehat dan diberikan kepada karyawan dan peserta yang telah mendaftar secara online untuk ditanda tangani lalu akan diberikan kepada instansi terkait untuk regulasi kesehatan di pemda setempat.

Menurut Founder Hijab Fest, Sheena Krusnawati, selaku narasumber pada sesi wawancara penelitian pada tahun 2021, target event yang diharapkan oleh Hijab Fest berdasarkan evaluasi dari *event* tahun 2020 lalu dibandingkan dengan *event* pada tahun 2021 itu seperti kembalinya lagi minat masyarakat untuk mengunjungi Hijab Fest juga banyaknya *tenant* yang berminat untuk ikut pada *event* ini, tetapi jika dibandingkan dengan tahun 2020 event tahun 2021 Hijab Fest cukup berkembang dengan baik dikarenakan pada tahun 2020 Hijab Fest hanya mengadakan satu kali *event* di bulan November dengan sedikitnya jumlah *tenant* serta pengunjung.

Manfaat dari acara Hijab Fest ini selain membantu UMKM industri *fashion* dan membantu mengembangkan industri kreatif di Indonesia yang menurun, tetapi juga memiliki manfaat sosial khususnya pada acara Hijab Fest Tahun 2021 ini dikarenakan melalui acara ini dilansir dari Radar Bandung tahun 2021, Wakaf Salman menangkap potensi luar biasa dari perkembangan muslim fashion di Indonesia. Indonesia Hijab Fest 2021 menggandeng Wakaf Salman yang merupakan organisasi non profit di Bandung yang bergerak di bidang wakaf, Wakaf Salman menerima donasi dan kerja sama dalam rangka menyalurkan bantuan bagi yang membutuhkan.

Dilansir melalui Tribun Jabar tahun 2021 Direktur Wakaf Salman, M Khirzan N. Noe'man mengatakan

"Animo masyarakat yang besar terhadap busana muslim untuk memenuhi kewajiban menjalankan syariat Islam, bisa diarahkan kepada semangat berbagi manfaat dan mengabadikan kebaikan. Wakaf Salman, kata dia, sebagai lembaga nazhir, menerima wakaf dan menyalurkannya untuk pemberdayaan berbagai sektor penting dalam pembangunan peradaban. Wujud nyatanya adalah berbagai produk yang dihasilkan dari program wakaf produktif, di antaranya ATM Beras, Q-Netic Pump (alat pemadam kebakaran praktis), dan mesin Reverse Osmosis (alat filtrasi air). Dan kerjasama dengan Indonesia Hijab Fest 2021 bisa menjembatani hal ini." tuturnya

Tabel 1. 2 Event Hijab Fest Tahun 2012-2021

Tahun	Lokasi	Jumlah Tenant
2012	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	104
2013	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	160
2014	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	150
2015	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	85
2016	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	112
2017	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	110
2018	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	117
2019	Sasana Budaya Ganesha, Bandung	120

2020	Trans Studio Mall, Bandung	45
2021	Trans Studio Mall, Bandung	78

sumber : Data Pribadi Perusahaan (2021)

Melihat penyelenggaraan *event* Indonesia Hijab Fest yang memiliki manfaat sosial juga tujuan ingin menaikkan sektor ekonomi industri kreatif khususnya pada *fashion* muslim di tahun 2021, dan dapat dilihat pada tabel di atas *even* Hijab Fest Indonesia memiliki kenaikan jumlah *tenant* dibandingkan dengan tahun 2020 yang menjadi puncak pandemi Covid-19, namun belum mencapai pada jumlah target *audiences* dan *tenant* yang diinginkan inilah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian ini serta adanya kaitan penelitian dengan studi *public relations* khususnya *marketing public relations* dan *event management*, yang dimana acara menjadi salah satu alat dalam melakukan *marketing public relations* dan juga agar menghasilkan acara yang efektif dan efisien, suatu acara harus menggunakan strategi *event management* dalam prosesnya.

Dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti terkait Strategi *Event Management* Indonesia Hijab Fest 2021 dalam Menarik Minat *Tenant* dan Pengunjung di Era *New Normal*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :
Bagaimana strategi event management dalam menarik minat tenant dan pengunjung di era new normal pada Indonesia Hijab Fest 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi event management dalam menarik minat tenant dan pengunjung di era new normal pada Indonesia Hijab Fest 2021?.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan di bangku kuliah di dalam kondisi praktis yang ada di masyarakat, terutama di bidang manajemen acara.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penulis memiliki harapan agar penelitian ini dapat dijadikan suatu tambahan pengetahuan di bidang manajemen acara serta dalam bidang manajemen acara, sekaligus dapat dijadikan sumber informasi apabila suatu saat akan diadakan penelitian mengenai masalah yang berhubungan dengan masalah penyelenggaraan acara khususnya pameran atau *exhibition*.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode pelaksanaan kegiatan penelitian ini yaitu bulan Januari 2021 hingga waktu yang ditentukan :

Tabel 1. 3 Waktu dan Periode Penelitian

No	Kegiatan	Bulan (2021)									
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
1.	Tahap Justifikasi Masalah	■	■								
2.	Pembekalan Skripsi	■	■								
3.	Penyusunan Bab I		■	■							
4.	Penyusunan Bab II			■	■						
5.	Penyusunan Bab III				■						
6.	Revisi Laporan										
7.	Penelitian Lapangan										
8.	Penyusunan Bab IV dan Bab V										

9.	Pemeriksaan Hasil Penelitian										
----	------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari susunan lima bab, dengan tahapannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan di diuraikan mengenai landasan teori yang mendasari penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.