

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

PT Inti Dufree Promosindo sebagai induk perusahaan Mal Bali Galeria, merupakan anak perusahaan PT Sona Topas Tourism Industry, Tbk (Sona Topas), yang sebelumnya bernama PT Sona Tour yang didirikan pada tahun 1978 dan usaha perseroan saat itu berfokus pada kegiatan umum yang berhubungan dengan sektor Pariwisata.

Pada awal hingga pertengahan tahun 1990, seiring dengan perkembangan zaman dan untuk memenuhi kebutuhan belanja para wisatawan mancanegara, Perseroan melebarkan sayap usahanya dengan mengoperasikan beberapa toko bebas bea atau lebih dikenal dengan sebutan Duty Free Shop. Pengoperasian toko bebas bea ini dilakukan melalui 2 (dua) anak Perseroan yaitu PT Inti Dufree Promosindo dan PT Arthamulia Indah.

PT Inti Dufree Promosindo mempunyai 2 (dua) unit bisnis di bidang Perbelanjaan yaitu DFS (Duty Free Shop) atau perbelanjaan bebas bea cukai, dan Mal Bali Galeria yang merupakan Pusat Perbelanjaan dengan konsep Mal yang pertama di Bali.

Mal Bali Galeria berada di Jl. I Gusti Ngurah Rai Simpang Dewa Ruci Bali yaitu di dalam Kompleks Bali Galeria Shopping World, yang merupakan Kompleks Perbelanjaan terlengkap di Bali, meliputi Duty Free Shop, Mal Bali Galeria, Planet Hollywood dan Galeria 21.

Setelah melalui proses pembangunan akhir dan pemasaran sewa toko selama 1 (satu) tahun, maka pada pertengahan tahun 2000 dilakukan Soft Launching dan dilanjutkan dengan Grand Opening pada tanggal 25 Juni 2001, yang saat ini hampir seluruh area toko telah disewa dengan beragam jenis usaha baik untuk kebutuhan masyarakat & tamu lokal maupun mancanegara.

Mal Bali Galeria mempunyai luas toko 21.603,31 m<sup>2</sup> terdiri dari Lantai Dasar 9.358,24 m<sup>2</sup> dan Lantai Atas 12.245,07 m<sup>2</sup> dan sudah tersewa 84,59%

seluas 18,275.29 m<sup>2</sup> terdiri dari Lantai Dasar 7,434.86 m<sup>2</sup> dan Lantai Atas 10,840.43 m<sup>2</sup>, yang disewa oleh 115 tenant, dengan anchor tenant Matahari Department Store&Foodmart dan Gramedia.

Mal Bali Galeria mempunyai konsep yang unik yaitu “Mal Tropis”, dimana ada space Garden diantara koridor toko-toko yang memberikan kesejukan dan kehangatan alam tropis seperti alam Bali, juga menyediakan tempat pertunjukan seni dan musik (tradisional & modern) yang disebut Open Theatre dengan ciri khas Gapura Bali yang terletak diantara koridor café & restaurant di sisi barat gedung.

Mal Bali Galeria juga menyediakan exhibition hall di dome lantai dasar dan dome lantai atas. Fasilitas Parkir Mal Bali Galeria sangat representatif, bisa menampung hingga 400 mobil dan hingga 300 motor dilengkapi dengan komputerisasi dan mesin otomatis pengambilan tiket parkir.

Dengan keragaman jenis usaha para tenant di Mal Bali Galeria dan didukung dengan fasilitas seperti taman tropis, open theatre, exhibition hall, dan parking area yang representatif serta didukung dengan Duty Free Shop, Planet Hollywood, dan Galeria 21 Cineplex dalam satu kompleks, maka segala kebutuhan akan produk dan rekreasi bisa didapatkan dengan cepat dan mudah di satu tempat. Berikut logo Mal Bali Galeria:



**Gambar 1.1 Logo Perusahaan**

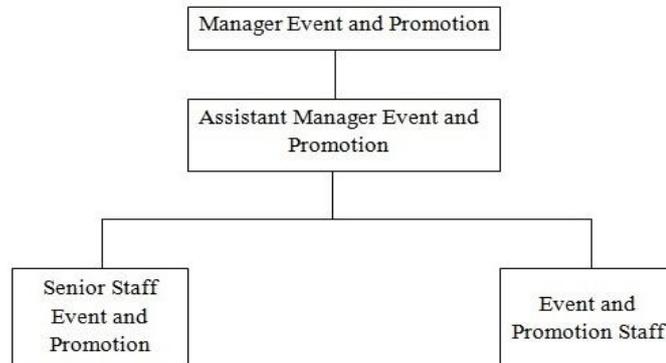
Sumber: Data Manajemen Mal Bali Galeria

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Visi Mal Bali Galeria adalah menjadikan Mal Bali Galeria sebagai mal tropis yang menyajikan kebutuhan yang lengkap dan terjangkau dengan kenyamanan dan fasilitas prima bagi keluarga di Bali. Misi Mal Bali Galeria adalah memberikan kepuasan lebih atas kenyamanan pengunjung Mal Bali Galeria.

### 1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut struktur organisasi *Event and Promotion* Mal Bali Galeria :



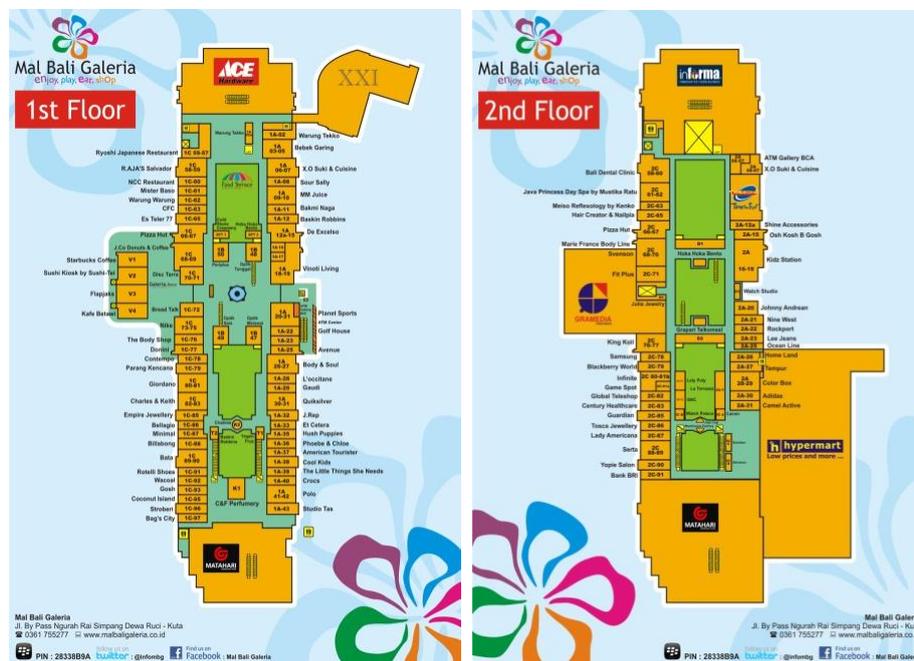
Gambar 1.2

### Struktur Organisasi Event and Promotion Mal Bali Galeria

Sumber: Data Manajemen Mal Bali Galeria

### 1.1.4 Layout Mal Bali Galeria

Berikut layout Mal Bali Galeria :



Gambar 1.3

### Layout Mal Bali Galeria

Sumber: Data Manajemen Mal Bali Galeria

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Mal Bali Galeria merupakan pusat perbelanjaan dengan konsep Mal yang pertama di Bali. Mal Bali Galeria rutin mengadakan *event* setiap tahunnya dengan tema-tema berbeda di setiap bulan. Biasanya, mal-mal akan membuat *event* untuk moment tertentu. Selain menghibur, event-event itu dilakukan untuk menarik minat pengunjung datang ke mal (<http://liputanbisnis.com/mall-di-medan-tawarkan-program-imlek/> dikutip pada 3 Desember 2013).

Menurut Noor (2009:7) *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara budaya, adat, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

*Event* merupakan hal yang harus terus ditingkatkan baik dalam hal kuantitas, kualitas maupun variasi dari acara tersebut. Adanya pelaksanaan acara-acara khusus selain menarik minat untuk berkunjung, juga menentukan kualitas tempat acara tersebut dan sebagai tanda bahwa daerah tersebut aman untuk dikunjungi (Putra,2008).

Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan itu secara konsisten dengan rasa senang (Slameto, 2010: 57). Minat berkunjung yaitu keinginan yang kuat untuk berkunjung.

*Event* yang diadakan memang bertujuan untuk mendatangkan jumlah pengunjung yang mencapai target atau bahkan melebihi target yang diharapkan dan ditetapkan. Karena jumlah pengunjung yang sesuai atau melebihi target adalah salah satu kesuksesan sebuah event (Any Noor,2009:182).

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Dea Anwar (2013), *event* merupakan cara jitu untuk dapat memberikan *moment* yang berkesan pada setiap khalayak yang terlibat. Melalui *event* pihak perusahaan dapat bertemu langsung

dengan masyarakat. Mereka bisa melihat sendiri karakteristik khalayaknya dan apa yang menjadi kebutuhan khalayak mereka. *Event* yang memiliki konten kegiatan menarik dan berciri khas, tentunya akan mencuri perhatian publik untuk mengahadirinya. Bulan Desember merupakan bulan dengan perayaan Natal. Perayaan Natal mulai terasa di beberapa pusat perbelanjaan di Indonesia. (<http://tekno.kompas.com/Sambut.Natal> dikutip 3 Desember 2013).

**Tabel 1.1**

***Event* Bulan Desember Tahun 2009-2012**

<b>Tahun</b>	<b><i>Event</i></b>
2009	Mal Bali Galeria Happy Holiday Season Christmas
2010	17 Days of Christmas
2011	Enjoy Your Beautiful Christmas
2012	Magical Gift For Christmas

Sumber: Data Manajemen Mal Bali Galeria

**Tabel 1.2**

**Jumlah Pengunjung Mal Bali Galeria tahun 2009-2012**

<b>Tahun Bulan</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Januari</b>	304.171	329.068	280.342	434.574
<b>Februari</b>	245.019	252.880	241.827	372.513
<b>Maret</b>	307.709	229.468	259.735	322.642
<b>April</b>	249.255	242.721	281.763	295.657
<b>Mei</b>	277.212	315.677	309.292	317.509
<b>Juni</b>	325.410	291.044	299.888	350.195
<b>Juli</b>	340.132	325.418	317.079	374.720
<b>Agustus</b>	287.799	272.117	332.866	402.570
<b>September</b>	350.264	275.046	251.785	334.666
<b>Oktober</b>	273.192	249.945	289.800	256.081
<b>Nopember</b>	337.074	277.004	284.954	301.030
<b>Desember</b>	<b>362.648</b>	<b>339.159</b>	<b>396.483</b>	<b>317.218</b>

Sumber: Data Manajemen Mal Bali Galeria

Dengan melakukan wawancara bersama Manajer *Event and Promotion* Mal Bali Galeria pada tanggal 3 Desember 2013 didapat bahwa *event* bulan Desember mulai dari tahun 2009-2012 memiliki konsep yang sama dengan nama

*event* yang berbeda. Strategi *event* ini dirasa kurang tepat sehingga mengalami penurunan jumlah pengunjung. Sehingga pada Desember tahun 2013 dilakukan sebuah strategi bisnis melalui penyelenggaraan *event Kpop Christmas Festival*. Menurut wawancara tersebut pihaknya ingin keluar dari zona nyaman tema-tema Natal pada bulan Desember di tahun-tahun sebelumnya. Pihak Mal Bali Galeria ingin membuat gebrakan baru untuk melihat minat berkunjung ke Mal Bali Galeria dengan diadakannya *event* yang berkonsep baru ini. *Event Kpop Christmas Festival* ini diadakan atas saran dari masyarakat yang memberi komentar melalui *facebook* dan *twitter* mengenai keinginan mereka untuk menikmati suatu *event* yang berbeda di bulan Desember.

*Event Kpop Christmas Festival* pada bulan Desember terdiri dari *Korean Food Festival, K-Pop Fun Booth, Korean Foto Exhibition, Korean Fashion, K-Pop on Accoustic, Pemutaran Film Korea, Dance and Singing Cover Contest* dan *Make Up ala K-Pop*. Setiap hari rabu pada bulan Desember 2013 akan diadakan *Music Lover K-Pop Song*. Serta menghadirkan *Super Nine Boys* yaitu *Finalist Kpop Idol* sebagai *Guest Star* pada acara puncak di bulan Desember 2013.

Pada bulan Desember 2013 didapatkan lonjakan jumlah pengunjung yaitu sebesar 436.145 orang. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Iskandar Khosasi (2012) mengatakan bahwa sebuah *event* dapat membangun dan juga meningkatkan minat pengunjung. Maksud dari penelitian yang penulis lakukan saat ini adalah mengetahui apakah pada Desember tahun 2013 *event Kpop Christmas Festival* tersebut memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung baik secara parsial maupun simultan agar dapat meningkatkan kualitas *event* yang akan datang di Mal Bali Galeria.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Event Kpop Christmas Festival* Terhadap Minat Berkunjung pada Mal Bali**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas maka penulis merumuskan beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana *Event Kpop Christmas Festival* yang dilakukan Mal Bali Galeria?
2. Bagaimana minat berkunjung pada Mal Bali Galeria?
3. Bagaimana pengaruh *event Kpop Christmast Festival* secara simultan terhadap minat berkunjung pada Mal Bali Galeria?
4. Bagaimana pengaruh *event Kpop Christmast Festival* secara parsial terhadap minat berkunjung pada Mal Bali Galeria?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Event Kpop Christmas Festival di Mal Bali Galeria
2. Minat Berkunjung pada Mal Bali Galeria
3. Pengaruh *event Kpop Christmast Festival* terhadap minat berkunjung pada Mal Bali Galeria secara simultan
4. Pengaruh *event Kpop Christmast Festival* terhadap minat berkunjung pada Mal Bali Galeria secara parsial

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman dalam bidang *marketing*, khususnya teori yang berkaitan dengan *event*. Serta juga dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan tentang *event*. Selain itu juga dapat dijadikan acuan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kegiatan *event* terhadap minat berkunjung.

2. Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan pelaksanaan *event* yang dilakukan oleh perusahaan

sehingga bisa mempertahankan minat berkunjung dan bila perlu meningkatkan jumlah pengunjung.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada bab ini berisi pembahasan tentang tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi pembahasan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan hasil penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penulisan tugas akhir ini.