

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PENGUNJUNG PADA
PENYELENGGARAAN PAMERAN INDOBUILDTECH 2017 DI
INDONESIA CONVENTION EXHIBITION (ICE)
TANGERANG SELATAN**

Nurima Rahmitasari
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

nurima@stptrisakti.ac.id

Abstrak

Pameran INDOBUILDTECH adalah pameran bahan bangunan terbesar di Indonesia. Pameran INDOBUILDTECH mulai sejak tahun 2002 yang awalnya berlokasi di *Jakarta Convention Center (JCC)* hingga tahun 2015, sejak tahun 2016 pameran INDOBUILDTECH pindah lokasi ke *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* yang memiliki luas lebih besar dari tempat sebelumnya. Pameran INDOBUILDTECH juga memiliki kelebihan dari pameran-pameran sejenis lainnya yang tidak dimiliki oleh pameran lain. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pada penyelenggaraan pameran INDOBUILDTECH 2017 di *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* Tangerang Selatan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan kualitas pelayanan pada penyelenggaraan pameran INDOBUILDTECH 2017 dengan cara observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Mei 2017.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu 3,98, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pameran INDOBUILDTECH 2017 setuju.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Penyelenggaraan Pameran

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu industri yang bergerak dalam bidang produk dan jasa yang memiliki fungsi sebagai penyedia berbagai macam sarana dan pra-sarana, seperti transportasi, objek wisata, akomodasi, agen perjalanan yang meliputi pelayanan jasa ticketing, inbound & outbound tour, domestik tour, individual travel, group travel, incentive, umroh dan haji serta MICE. Pemerintah telah berusaha untuk memajukan pariwisata dalam negeri dengan cara mengusung tema “Wonderful Indonesia” yang menjadikan sebagai lambang dari Pariwisata Indonesia di dunia Internasional guna terciptanya mutu dan pelayanan yang lebih baik. Pemerintah Indonesia sangatlah merencanakan untuk pariwisata Indonesia karena potensi pariwisata Indonesia sangatlah besar dan dimana pariwisata merupakan salah satu pendapatan negara yang besar. Perkembangan ini telah dibuktikan oleh pemerintah Indonesia dengan membangun sarana dan prasarana bagi wisatawan khususnya untuk mereka wisatawan asing dengan tujuan untuk meningkatkan para wisatawan asing yang berwisata ke Indonesia. Indonesia sebagai destinasi yang mulai diperhitungkan oleh pasar wisata MICE sebagai tujuan menarik. Industri MICE merupakan salah satu indikator perkembangan ekonomi suatu negara di mana pada tiap penyelenggaraan sebuah event baik yang berskala nasional maupun internasional memerlukan dukungan perangkat keras berupa infrastruktur fisik, dan perangkat lunak yang meliputi dukungan sumber daya manusia yang ahli dan memiliki mentalitas pelayanan kelas utama. Salah satu bukti perkembangan industri MICE di Indonesia adalah pada tahun 2013 lalu, sektor MICE di Indonesia

mengalami kemajuan yang sangat menggembirakan. Hal ini didasari oleh terselenggaranya banyak kegiatan MICE bertaraf internasional yang prestisius di Indonesia sepanjang tahun 2013, di antaranya Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) dan kontes Miss World di Bali pada bulan Oktober dan Konferensi World Trade Organization (WTO) di Bali pada bulan November.

Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan dalam penyelenggaraan INDOBUILDTECH 2017 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) Tangerang Selatan.

Landasan Teori

Pariwisata

Menurut Hermann V. Schulard dalam buku Pengantar Ilmu Pariwisata (1996:114-115) mendefinisikan bahwa pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara. Sedangkan E. Guyer Freuler dalam buku Pengantar Ilmu Pariwisata (1996:114-15) merumuskan pariwisata dalam artian modern merupakan fenomena dari jaman sekarang yang disadarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan

MICE

Menurut Kesrul (2004:3), MICE adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan LEASURE dan BUSINESS, biasanya melibatkan sekelompok orang yang secara bersama-sama. Rangkaian kegiatan dalam bentuk Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). Sedangkan menurut Oka (2000:13) bahwa MICE merupakan suatu rangkaian kegiatan, dimana para pengusaha atau professional berkumpul pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan, atau kepentingan yang sama.

Manfaat Industri MICE

Beberapa keuntungan dari Industri MICE (McCabe at all.2000:4) yaitu:

- a. Berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan pendapatan baik secara nasional dan regional,
- b. Meningkatkan pendapatan devisa negara,
- c. Mendorong aktifitas bisnis suatu negara baik secara nasional maupun internasional dengan memperkuat hubungan bisnis diantara perusahaan,
- d. Membantu mengembangkan investasi di bidang pariwisata dan infrastruktur rekreasi,
- e. Memberikan kesempatan untuk mengakses teknologi baru dan pertukaran ide-ide serta untuk membangun bisnis yang baik dan hubungan yang professional dan aspek-aspek sosial dan budaya,
- f. Menjalin kerjasama para praktisi dan ahli baik secara nasional maupun internasional dalam bidang masing-masing pada pertemuan dan konvensi,
- g. Menyediakan fasilitas untuk melanjutkan pendidikan dan pelatihan pada suatu forum untuk

mengembangkan dan memelihara hubungan professional,

- h. MICE yang sukses dapat menjadi metode yang baik untuk menarik para pengunjung dan bisnis lain pada suatu wilayah,
- i. Menyediakan operator pariwisata local dengan pengetahuan dasar terhadap sejumlah pengunjung.

Kesrul (2004:9) mengemukakan bahwa karakteristik industri MICE harus dipahami agar dapat memberikan pelayanan maksimal dan mengurangi komplain yang akan terjadi karena penanganannya sangat berbeda dengan perjalanan wisata biasa. Karakteristik industri MICE sebagai berikut:

- a. Jumlah peserta MICE yang menghadiri konvensi dan pameran umumnya cukup besar atau grup,
- b. Status tingkatan golongan dari peserta biasanya menengah ke atas (*businessman*),
- c. Biaya pengeluaran yang dikeluarkan jauh lebih besar, baik peserta atau penyelenggara,
- d. Menciptakan potensi kesempatan dan lapangan kerja baru yang jauh lebih besar sehingga menyerap sumber daya manusia yang besar,
- e. Sebagai media promosi yang efektif, apalagi diselenggarakan secara nasional atau internasional, Kesempatan pelaksanaannya dilakukan pada musim sepi (*low season*), mengingat pada musim ramai (*high season*) peserta dihadapkan pada bisnisnya sendiri.

Pameran

Menurut Union Fédérale de l'Industrie (UFI) dalam buku *Bisnis Pameran* karangan Dwi Karsono (2016:10) – Organisasi industri pameran dunia

pameran adalah sebuah kegiatan pemasaran yang diselenggarakan secara berkala, dimana banyak perusahaan memamerkan serangkaian 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 ASPERAPI (Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia) dalam buku *Bisnis Pameran* karangan Dwi Karsono (2016:10) mendefinisikan pameran adalah suatu bentuk industri jasa yang mempertemukan kepentingan pengusaha sebagai peserta dan pengunjung pameran dengan jadwal dan lokasi pameran yang telah ditetapkan dengan tertib dan terencana.

Pengunjung

United Nation World Tourism Organization mendefinisikan pengunjung adalah:

“A traveler taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited”

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989:13). Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung. Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan

melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

- a. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
- b. Usia adalah umur responden pada saat survei
- c. Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden
- d. Tingkat pendidikan responden
- e. Status pekerjaan responden
- f. Status perkawinan responden
- g. Pendapatan perbulan responden

Manfaat Pameran Bagi Pengunjung

Pengunjung mendatangi pameran atas dasar kepentingan (perusahaan, pribadi, keluarga, dll) dan ketertarikan dengan agenda kegiatan yang dipublikasikan.

Maksud kunjungan tersebut tentu untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang aneka ragam produk yang dipamerkan, atau untuk melakukan pembelian produk dan atau jasa. Sangat mungkin kunjungan dilakukan lebih dari satu kali, baik sendirian maupun bersama rekan atau keluarga sebelum mengambil keputusan untuk melakukan transaksi, negosiasi atau mengikuti acara tertentu di tempat pameran. Di antara manfaat dan nilai tambah yang dapat diperoleh pengunjung adalah sebagai berikut:

- a. Berinteraksi langsung dengan *exhibitor* untuk mendapatkan informasi produk, harga, dukungan layanan purna-jual, dll.
- b. Melihat langsung produk-produk terbaru dan menyaksikan demo penggunaan dan atau aplikasi sebuah produk.

Melakukan kontak bisnis dengan para *exhibitor*.

Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto. J (2006:228) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sejalan dengan Zeithaml & Bitner, yang menyatakan bahwa Kualitas layanan telah didefinisikan sebagai pengiriman pelayanan atau relatif unggul terhadap harapan pelanggan. (Zeithaml & Bitner, 1996 dalam Lee, Hsiao & Yang, 2010).

Zeithaml dan Bitner (2006:116-119) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu terdiri dari lima dimensi:

- a. *Tangibles* (bukti fisik), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruang front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.
- b. *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan atau pasien.
- d. *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

- e. *Assurance* (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan observasi dan kuesioner pada penyelenggaraan INDOBUILDTECH 2017 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) Tangerang Selatan. Data sekunder yang digunakan adalah data pengunjung pameran INDOBUILDTECH di Indonesia Convention Exhibition (ICE) tahun 2017. Teknik dan pengolahan data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pameran INDOBUILDTECH

Pameran bahan bangunan tumbuh pesat di negara-negara maju dan berkembang, yang menggerakkan produsen bahan bangunan dan teknologi untuk membuka sayapnya lebih lebar dan mulai masuk ke Indonesia. INDOBUILDTECH Expo terbentuk karena alasan tersebut dan akhirnya terselenggara pada bulan Juni 2002 di Hall B JCC, bersamaan dengan Real estate Expo di Hall A untuk saling melengkapi. Penyelenggara INDOBUILDTECH sebagai pameran baru saat itu diadakan di Hall B hanya terisi sekitar luas 4.000 meter persegi. Pameran yang diselenggarakan oleh Debindo Multi Adhiswasti (DEBINDO) ini sudah

diselenggarakan untuk ke-17 kalinya pada tahun 2017 ini. Berkembangnya pameran bahan bangunan ini membuat perusahaan dari London, yaitu International Trade Exhibition (ITE) ingin bergabung untuk lebih mengembangkan INDOBUILDTECH pada pertengahan tahun 2014 lalu. Setiap tahunnya INDOBUILDTECH Jakarta terus tumbuh berkembang, baik dari jumlah exhibitors maupun visitors, sehingga diselenggarakan pula di 3 kota lain di Indonesia yakni Bali, Surabaya, dan Bandung.

INDOBUILDTECH merupakan pameran bahan bangunan terbesar di Indonesia. Sejak tahun 2016 pameran INDOBUILDTECH Jakarta berpindah lokasi yang semula berada di Jakarta Convention Center dengan luas dan sekarang bertempat di Indonesia Convention Exhibition BSD Tangerang Selatan dengan luas bangunan sebesar 50.000 meter persegi. PT DEBINDO ITE bersepakat memindahkan pameran INDOBUILDTECH dengan alasan dan tujuan untuk mengembangkan pameran INDOBUILDTECH lebih besar dan baik lagi. DEBINDO ITE memilih Indonesia Convention Exhibition dikarenakan tempat pameran sebelumnya sudah tidak mendukung dari segi luas bangunan hingga sarana parkir yang kurang memadai baik untuk peserta pameran maupun juga untuk pengunjung pameran, meskipun DEBINDO ITE memindahkan pameran INDOBUILDTECH dengan banyak tantangan diantaranya lokasi Indonesia Convention Exhibition yang cukup sulit dijangkau oleh para peserta dan pengunjung pameran juga lokasi yang jauh dari pusat ibukota yang memungkinkan para pengunjung berfikir berkali-kali untuk mengunjungi pameran tersebut, tetapi buktinya hal ini bukanlah menjadi sebuah masalah atau tantangan melainkan menjadi

sebuah nilai tambah dari pameran ini sendiri. Pada tahun 2016 pengunjung pameran INDOBUILDTECH tembus mencapai 45.000 pengunjung selama 5 hari dengan waktu buka pameran pukul 10.00 WIB dan tutup pada pukul 21.00 WIB. INDOBUILDTECH juga diikuti oleh banyak perusahaan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. INDOBUILDTECH juga sukses bukan hanya mendapat banyak peserta pameran dan pengunjung pameran melainkan juga INDOBUILDTECH banyak didukung oleh pemerintahan seperti Kementerian Industri Republik Indonesia, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia serta Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tidak lupa juga didukung oleh Kamar Dagang Indonesia karena pameran merupakan salah satu sektor pertumbuhan ekonomi untuk Indonesia, bukan hanya dukungan dari pemerintah saja tetapi INDOBUILDTECH juga mendapatkan dukungan banyak dari beberapa asosiasi seperti contoh Ikatan Arsitek Indonesia (IAI) lalu Himpunan Desain Interior Indonesia serta masih banyak lagi asosiasi pendukung. INDOBUILDTECH juga memiliki banyak kelebihan juga diantaranya INDOBUILDTECH banyak memiliki forum-forum baik yang dirancang oleh PT. DEBINDO ITE maupun yang dirancang oleh para asosiasi pendukung.

Lokasi Pameran

Pameran INDOBUILDTECH 2017 Jakarta berlokasi di Indonesia Convention Exhibition (ICE) yang terletak di jantung kota BSD Grand Boulevard, BSD City, Tangerang 25339 – Indonesia. ICE dibangun di atas lahan seluas 22 hektar dengan total luas bangunan 220.000 meter persegi dan memiliki 10 exhibition hall dengan luas 50.000 meter persegi, outdoor

exhibition space seluas 50.000 meter persegi, fasilitas convention hall dengan luas 4.000 meter persegi dan meeting room sebanyak 33 ruangan. ICE diresmikan pada tanggal 01 Agustus 2015 namun, sudah mulai diperasikan pada Januari 2015 dan ICE akan dijadikan sebagai venue MICE tersebar di Asia Tenggara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti dari hasil pengamatan pengumpulan dan serta pengolahan data kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang responden pengunjung pameran INDOBUILDTECH 2017 di *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* BSD Tangerang Selatan. 100 orang responden yang mengisi kuesioner terdiri dari 52 orang laki-laki serta 48 orang perempuan, rata-rata dari 100 orang respon yang mengisi berusia 21-30 tahun dengan memiliki status pekerjaan sebagai pelajar lalu pegawai swasta serta wirausaha. Para responden juga banyak yang berasal dari kota Jakarta, Tangerang, Bogor, dan Bekasi. Sumber informasi yang didapatkan oleh para responden berasal dari media sosial pameran INDOBUILDTECH 2017 di *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* Tangerang Selatan. Rata-rata dari para responden berkunjung ke pameran bersama teman dan juga baru pertama kali mengunjungi pameran INDOBUILDTECH 2017 di *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* Tangerang Selatan. Hasil dari kuesioner yang dimana terdapat lima indikator yakni, bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, empati serta jaminan. Pada indikator bukti fisik terdapat sub indikator yang menanyakan kualitas dari desain booth, lokasi pameran, serta desain dari pameran itu sendiri, dengan hasil dari desain booth yang dimana 59% responden

setuju dengan desain booth yang menarik dan nyaman dipandang oleh para pengunjung. Selain itu juga 39% responden setuju dengan lokasi pameran yang berada di *Indonesia Convention Exhibition (ICE)* Tangerang Selatan karena mudah dijangkau oleh kendaraan umum seperti *commuterline*. Lalu pada sub indikator desain pameran 53% pengunjung setuju dengan desain pameran yang setiap tahun memiliki desain yang berbeda. Pada indikator kedua yakni reliabilitas memiliki 3 sub indikator yakni registrasi online, waktu penyelenggaraan serta kesesuaian media promosi. Pada sub indikator registrasi online 49% responden setuju dengan registrasi online yang memudahkan para pengunjung untuk mengunjungi pameran dari hari pertama hingga hari terakhir yang membuat mereka untuk tidak mengantri lagi. Waktu penyelenggaraan pameran mendapatkan hasil senilai 55% responden setuju dengan waktu pameran yang dibuka pada pukul 10.00 WIB – 21.00 WIB yang membuat para pengunjung dapat berkunjung dan melihat-lihat pameran dengan durasi yang lama dan efektif. Pada sub indikator terakhir yakni kesesuaian dengan media promosi 46% pengunjung setuju dengan semua promosi yang mereka lihat sebelum pameran dan selama pameran berlangsung. Indikator ketiga yakni daya tanggap memiliki dua sub indikator yaitu, penanganan keluhan dan keramahan pihak penyelenggara. Sebanyak 46% responden setuju dengan penanganan keluhan yang diberikan dari para pengunjung kepada pihak penyelenggara karena terbukti di setiap *hall* terdapat ruangan *organizer*. Serta 42% pengunjung setuju dengan keramahan yang diberikan dari pihak penyelenggara kepada pengunjung dikarenakan para *staff* menggunakan seragam sesuai dengan prosedur penyelenggaraan dan memiliki

jiwa melayani. Pada indikator keempat yakni empati memiliki empat sub indikator yaitu zona booth, fasilitas untuk penyandang disabilitas, informasi center serta ketersediaan toilet. Zona booth dikatakan setuju oleh 47% responden dikarenakan hal ini memudahkan para pengunjung untuk mencari barang yang mereka inginkan, lalu dari sub indikator fasilitas untuk penyandang disabilitas 42% respon setuju karena terbukti pada saat pengunjung masuk kedalam pameran sudah tersedia kursi roda serta jalur untuk penyandang disabilitas. Pada sub indikator informasi center 49% responden setuju dikarenakan pusat informasi yang tersedia di depan masing-masing tempat pendaftaran pengunjung. Lalu sub indikator terakhir yakni ketersediaan toilet 47% responden setuju dengan ketersediaan toilet selama pameran terbukti di setiap *hall* pameran baik di pintu depan dan dekat pintu *loading* terdapat toilet untuk pria dan wanita. Pada indikator terkahir yakni jaminan yang terdiri dari tiga sub indikator yaitu keamanan barang pengunjung, fasilitas kesehatan dan fasilitas keamanan. Dari 53% responden setuju terhadap keamanan barang pengunjung yang terbukti dari bahwa tim keamanan pameran meliputi dari tim keamanan gedung, keamanan pihak penyelenggara serta bekerjasama dengan pihak TNI dan kepolisian setempat. Lalu 48% responden setuju dengan fasilitas kesehatan yang ada di pameran ini dibuktikan dengan adanya *medical center* serta mobil ambulan yang berjaga selama pameran berlangsung dan untuk sub indikator terakhir yakni fasilitas keamanan 50% responden setuju dengan pemeriksaan keamanan saat memasuki ruang pameran dengan menggunakan *metal detector*. Sehingga pengunjung merasa aman. Dari jumlah rata-rata yang diperoleh, maka hasil yang didapat dari masing-masing variabel

dengan jumlah total rata-rata yaitu sebesar 3,98 maka dapat dikatakan bahwa para pengunjung SETUJU. Dalam hal ini terbukti bahwa bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, empati dan jaminan sudah sangat baik, namun perlu ditingkatkan dari daya tanggap pihak penyelenggara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil-hasil dari pembahasan diatas dapat disimpulkan, bentuk fisik terdapat tiga faktor yang mempengaruhi yaitu desain booth, lokasi penyelenggaraan pameran, serta desain pameran. Hal ini membuktikan bahwa para pengunjung setuju dengan apa yang mereka langsung lihat dalam pameran seperti contoh desain booth peserta pameran yang kreatif dengan unsur arsitektur, serta lokasi *Indonesia Convention Exhibition* yang mudah dijangkau dengan transportasi umum serta desain pameran yang kreatif. Pada reliabilitas yang dipengaruhi oleh tiga unsur yakni registrasi *online*, waktu penyelenggaraan serta kesesuaian dengan media promosi. Dalam unsur-unsur tersebut terlihat bahwa para pengunjung setuju dengan sistem registrasi *online* yang memudahkan mereka untuk masuk kedalam pameran, serta waktu pameran yang fleksibel dengan kata lain dari semua kalangan bisa hadir, serta apa yang dipromosikan oleh pihak penyelenggara semuanya terbukti ada dan bukan semata-mata sebagai strategi menghadirkan pengunjung. Lalu pada daya tanggap yang terdapat dua unsur yang mempengaruhinya yaitu, penanganan keluhan dan keramah tamahan pihak penyelenggara. Dapat dilihat dari hasil ini bahwa daya tanggap pihak penyelenggara masih rendah terhadap penanganan keluhan dari para pengunjung

serta keramah tamahan yang masih belum memuaskan bagi para pengunjung saat para pengunjung bertanya tentang informasi keseluruhan pameran. Empati yang memiliki empat unsur yaitu, *Zona Booth*, fasilitas untuk penyandang disabilitas, informasi *center*, dan ketersediaan toilet. Hal ini menentukan para pengunjung setuju dengan *Zona Booth* yang teratur, lalu fasilitas kursi roda, jalur khusus penyandang disabilitas, lalu juga pusat informasi yang memudahkan para pengunjung mendapatkan informasi mengenai pameran dan yang terakhir toilet yang memadai. Pada jaminan para pengunjung setuju dengan jaminan yang diberikan oleh pihak penyelenggara. Hal ini dapat kita lihat dari keamanan yang begitu ketat selama pameran.

Saran

Desain pameran yang harus lebih kreatif dan menarik agar para pengunjung merasa bahwa pameran INDOBUILDTECH benar-benar pameran arsitektur. Registrasi online yang lebih baik dengan memudahkan para pengunjung mendaftarkan dirinya melalui registrasi online dan dapat diakses dengan mudah melalui telepon selular. Pihak penyelenggara harus tanggap dalam menangani keluhan dari para pengunjung pameran yang dimana pelayanan seperti ini adalah pelayanan yang dapat langsung dinilai oleh pengunjung pameran. Pihak

penyelenggara harus menambahkan informasi center yang memudahkan para pengunjung mendapatkan informasi lebih jelas dan mudah ditemukan. Fasilitas kesehatan yang harus lebih terlihat dan dijangkau sehingga para pengunjung dapat mudah melihat dan merasa setuju bahwa pameran INDOBUILDTECH 2017 memiliki fasilitas kesehatan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Karsono, Dwi. 2016. *Bisnis Pameran*. Jakarta: Bee Media
- Kaesrul. 2004. *Perkembangan dan Pariwisata MICE*. Jakarta: Kompas Media.
- McCabe, Nivienne. Poole, Barry. Weeks, Paul. Leiper, Neile. 2000. *The Business and Management of Convention*. Brisbane. John Welly & Sons Australia Ltd
- Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Oka A. Yoeti. 2000. *Manajemen Wisata Konvensi*. Jakarta: Pertja
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Zeithaml, V. A., Bitner, M., & Gremler, D. 2006. *Service Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firms*, New York: McGraw-Hill Companies Inc.