

**LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN
KERJASAMA INDUSTRI
UNIVERSITAS BAKRIE
TAHUN 2023**

**Implementasi *Importance Satisfaction Matrix* dalam Evaluasi Event
Periklindo Electric Vehicle Show 2023**

Ilmu Komunikasi dan Ilmu Manajemen

oleh

MOCHAMMAD KRESNA NOER

Dibiayai Oleh

**INDUSTRI PENYELENGGARA EVENT
(DYANDRA PROMOSINDO)**



**Universitas Bakrie
Kampus Kuningan Kawasan Epicentrum
Jl. HR Rasuna Said Kav. C-22, Jakarta, 12920**

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN
TAHUN 2023**

1. Judul Penelitian *Implementasi Importance Satisfaction Matrix dalam Evaluasi Event Periklindo Electric Vehicle Show 2023.*
2. Peneliti Utama
- a. Nama Lengkap Mochammad Kresna Noer
 - b. Jenis Kelamin Pria
 - c. Pangkat/Golongan/NIDN Lektor/ IIIc/ 0322118702
 - d. Bidang Keahlian Komunikasi Korporat & Pemasaran, Dampak Media, Special Event
 - e. Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Tim Peneliti

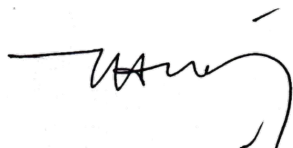
No	Nama	Bidang Keahlian	Program Studi
1	Albertus Prestianta	Media & Jurnalistik	Ilmu Komunikasi

4. Jangka Waktu Penelitian dan Pendanaan
- a. Jangka Waktu Penelitian yang Diusulkan 1 Bulan
 - b. Biaya Total yang Diusulkan Rp. 18.500.000,00
 - c. Biaya yang Disetujui Rp. 7.175.855,00

Jakarta, 11 Juli 2023

Menyetujui,

Ketua Program Studi



(Dra. Suharyanti, M.S.M)

0003016403

Peneliti Utama



(Mochammad Kresna Noer)

0322118702

Mengetahui,

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan

(Deffi Ayu Puspito Sari, PhD)

0308078203

ABSTRAK

Seseorang sering memiliki ekspektasi tertentu sebelum turut serta ke sebuah event. Kepuasan dalam dirinya diukur berdasarkan perbandingan antara apa yang dia, lihat, rasakan, dapatkan dan harapannya. Hal tersebut dapat diukur secara akademik dan metodologis dengan menggunakan *Importance Satisfaction (IS) Analysis* (Martilla, 1977: 77). Perhelatan Periklindo Electric Vehicle Show (PEVS) 2023 yang digelar di JIExpo Kemayoran, terus menampilkan kemeriahan dan antusias dari para pelaku industri kendaraan listrik yang dipenuhi dengan berbagai acara menarik dan informatif yang menjadi pusat perhatian berbagai kalangan. Metode IS analysis dapat digunakan untuk mengukur kepuasan peserta pameran dan pengunjung terhadap fasilitas-fasilitas yang tersedia dalam acara tersebut.

Kata kunci: *special event, kendaraan listrik, IS Analysis, kepuasan, loyalitas.*

DAFTAR ISI

Cover	1
Lembar Pengesahan	2
Abstrak	3
Bab 1: Pendahuluan	5
Bab 2: Kerangka Teori	6
Bab 3: Metodologi	8
Bab 4: Hasil dan Pembahasan	9
Bab 5: Kesimpulan	12
Daftar Pustaka	13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan meningkatnya kepedulian dunia akan lingkungan, kendaraan listrik (electric vehicles/EV) menjadi pilihan transportasi yang ramah lingkungan. Menurut International Energy Agency (Electric Vehicles, 2023), kendaraan listrik adalah teknologi utama untuk mengurangi karbonisasi transportasi jalan raya. Saat ini sektor transportasi dengan bahan bakar fosil menyumbang 16% emisi global. Indonesia kian gencar mengadopsi EV guna mencapai target Net Zero Emission Indonesia 2060 dengan menggunakan energi terbarukan. Untuk menarik minat masyarakat pemerintah Indonesia tahun ini mulai memberikan subsidi bagi pembeli EV.

Setelah kesuksesan acara perdana tahun 2022, Perkumpulan Industri Kendaraan Listrik Indonesia (PERIKLINDO) bersama dengan Dyandra Promosindo kembali menyelenggarakan pameran khusus kendaraan listrik PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS) 2023 pada 17-21 Mei 2023 di JIExpo Kemayoran, Jakarta. Diharapkan bahwa PEVS 2023 dapat menjadi salah satu pendorong utama adopsi EV di Indonesia melalui pameran, program acara, dan seminar yang dihadirkan. Kegiatan ini bertujuan untuk semakin mendekatkan EV ke masyarakat. Untuk itu, survei pasca-acara sangat penting dilakukan untuk mengukur keberhasilan penyelenggaraan acara. Pendapat peserta pameran, mau itu pengunjung, exhibitors, penyelenggara acara, dan pihak lain terkait, penting untuk diketahui dan didengar. Laporan hasil analisa pasca-acara PEVS 2023 diharapkan dapat bermanfaat untuk perencanaan acara di pameran PEVS yang mendatang.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1. Public Relations sebagai Fungsi Evaluasi Manajemen

Kegiatan public relations adalah kegiatan yang berkesinambungan dan terencana yang dilakukan dengan pendekatan RACE – Research, Action, Communication, dan Evaluation (Seitel, 2013: 7), yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan yang bisa diukur. Prinsip ini juga dikenal sebagai prinsip Management by Objective (MBO). Berdasarkan prinsip MBO tersebut maka kegiatan riset sangat erat dengan aktivitas manajemen public relations namun banyak praktisi PR yang tidak menanggapi riset sebagai hal yang penting dan wajib dilakukan. Padahal, riset merupakan pondasi dari kesuksesan program public relations (Newsom, 2004: 4). Karena hanya melalui riset maka suatu program public relations dapat diukur keberhasilannya. Hal ini juga selaras dengan pandangan Seitel (2013) yang menyatakan bahwa setiap tindakan atau program yang dilakukan oleh public relations harus dimulai dan diakhiri dengan riset. Hal ini dibuktikan dengan adanya pendekatan RACE yang memperjelas bahwa riset dilakukan dalam tahapan R (research) dan E (evaluation). Research is the systematic collection and interpretation of information to increase understanding (Seitel, 2013: 75).

2.2. *Importance Satisfaction Analysis* sebagai Metode Evaluasi Ekspektasi Exhibitor PEVS 2023

Tentunya seseorang memiliki ekspektasi tertentu sebelum datang ke sebuah event. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005: 65). Adapun cara untuk mengukur hal tersebut demi mendapatkan loyalitas adalah dengan menggunakan *Importance Satisfaction Analysis* (Martilla, 1977: 77). Kelebihan metode analisis ini adalah tidak hanya bertumpu pada kepuasan seluruh fasilitas saja namun juga penting atau tidaknya fasilitas tersebut bagi para stakeholder. Sebagai contoh kasus misalnya terdapat 5 fasilitas dalam sebuah acara, sebut saja tempat ibadah, transportasi, kamar mandi, tempat bermain

anak dan restoran. Setelah diteliti ternyata urutan nilai kepuasan dari yang tertinggi sampai terendah dengan menggunakan 4 skala likert adalah sebagai berikut:

1. Transportasi (3.9)
2. Tempat Bermain Anak (3.8)
3. Tempat Ibadah (3.7)
4. Kamar Mandi (2.8)
5. Restoran (2.1)

Secara keseluruhan ternyata rerata kepuasannya masih baik yaitu 3.26 yang berarti “Puas” (1: Sangat Tidak Puas, 2: Tidak Puas, 3: Puas, 4: Sangat Puas). Tetapi sayangnya apabila dinilai dari penting atau tidaknya fasilitas tersebut bagi para stakeholder bisa jadi fasilitas dengan nilai kepuasan yang paling tinggi bukanlah yang terpenting. Akibatnya pengunjung dan peserta pameran puas (secara keseluruhan hasil rerata) tetapi menjadi tidak loyal akibat ada beberapa hal yang penting menurut pengunjung dan peserta pameran tetapi tidak memuaskan.

Metode evaluasi *importance satisfaction (is) analysis* tidak hanya akan menilai kepuasan namun juga tingkat urgensi suatu layanan/ fasilitas terhadap stakeholders. Adapun beberapa langkah untuk melakukan IS analysis:

1. Buatlah daftar fasilitas apa saja yang ingin diukur dan pisahkan pertanyaan kepentingan dan kepuasan terhadap suatu fasilitas.
2. Tentukan Populasi & Sampel (ada pada bab 3).
3. Setelah data kuesioner terkumpul hitung rerata nilai *importance & satisfaction* per fasilitas.
4. Tentukan median dan petakan berdasarkan 4 kuadran.
5. Analisis dan Rekomendasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

Data dan informasi yang disajikan dalam laporan ini merupakan hasil analisis dari kuesioner yang dibagikan kepada 211 pengunjung dan 41 exhibitor PEVS 2023. Berikut strategi-strategi pengumpulan data yang digunakan:

1. Survei dilakukan melalui penyebaran kuesioner digital langsung di lokasi acara
2. Metode sampling untuk pengunjung (visitor): Accidental sampling
3. Metode sampling untuk peserta pameran (exhibitor): Sensus
4. Tingkat kepercayaan 95% dengan Margin of Error 7,5% untuk visitor
5. Tingkat kepercayaan 95% dengan Margin of Error 1% untuk exhibitor

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah dan analisis dan dipaparkan melalui tulisan dan data pada laporan ini. Strategi analisis data yang digunakan adalah *Importance-Satisfaction Matrix Analysis*.

BAB IV

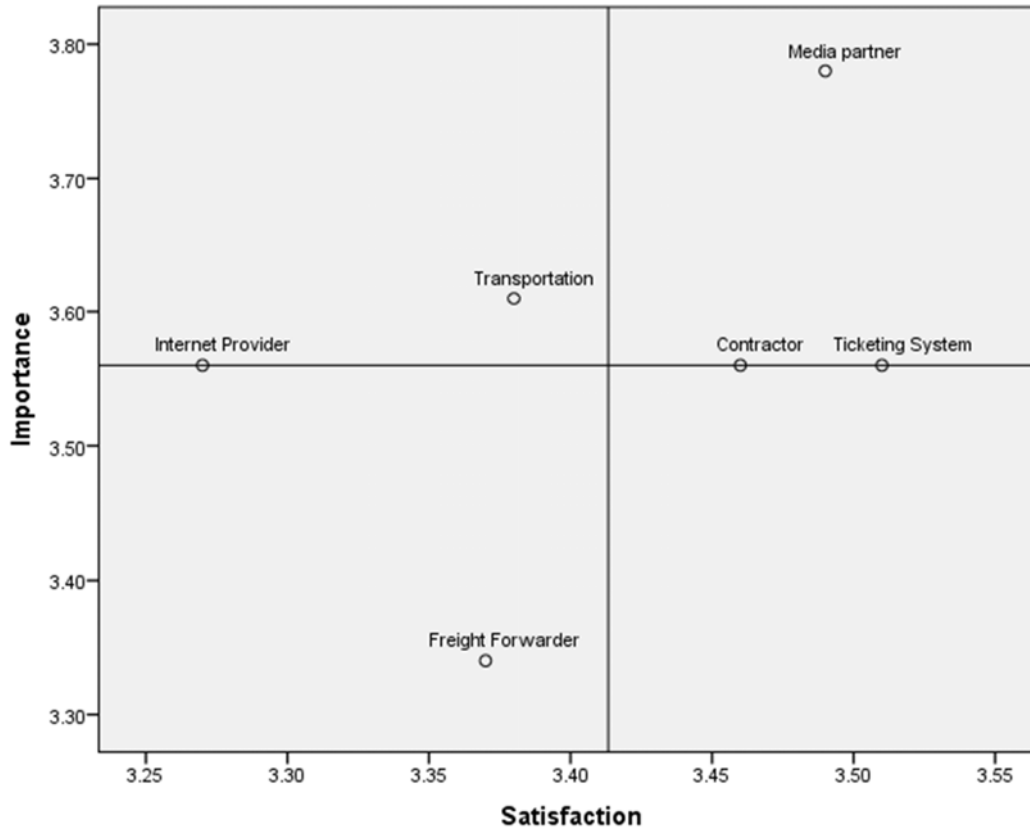
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Penilaian dan Kepuasan Responden Exhibitor PEVS 2023

Seluruh responden exhibitor juga diminta untuk menilai kepuasan mereka terhadap acara PEVS 2023. Secara keseluruhan, mereka merasa cukup puas dengan PEVS 2023. Dari nilai 0-100, PEVS 2023 mendapatkan **nilai rata-rata 88 skala 100** yang dapat dikatakan cukup memuaskan.

4.2. Hasil Analisis *Importance and Satisfaction Matrix*.

Importance & Satisfaction (IS) Matrix merupakan konsep penilaian yang digunakan oleh berbagai bisnis untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan. Konsep penilaian ini juga digunakan pada PEVS 2023. IS mengukur dengan dua indikator yaitu kepentingan (*importance*) dan kepuasan (*satisfaction*). Hasil penilaian IS dapat digunakan untuk mengetahui apa saja yang harus diperbaiki, dipertahankan, dan ditingkatkan.



Gambar 4.2. Ulasan *Importance & Satisfaction Matrix* responden *exhibitor* PEVS 2023.

Less satisfaction & less importance.

Survei menemukan bahwa Freight Forwarder menjadi aspek yang kurang penting bagi para responden exhibitor dan mereka tidak merasa cukup puas dengan layanan PEVS pada layanan Freight Forwarder. Karena dirasa kurang penting, panitia PEVS tidak perlu menghabiskan terlalu banyak sumber daya pada aspek ini.

Kesempatan untuk Perbaikan

Survei menemukan bahwa *Internet Provider* dan *Transportation* dirasa penting oleh responden *exhibitor* tapi tidak cukup memuaskan. PEVS perlu bekerjasama dengan pihak penyedia layanan internet, sebab persoalan koneksi internet kerap muncul setiap tahun. Disarankan untuk membuka komunikasi dengan peserta pameran terkait kebutuhan dan penyedia ruang dan layanan internet terkait kemungkinan untuk mengakomodasi kebutuhan.

Melebihi harapan

Survei tidak menemukan aspek apapun yang memiliki kepentingan di bawah rata-rata dan mendapatkan kepuasan di atas rata-rata. Ini merupakan hal yang baik karena ini mengindikasikan bahwa tidak ada layanan yang *overkill* atau terlalu banyak menggunakan sumber daya acara.

Penekanan yang dilanjutkan

Survei menemukan bahwa kontraktor, *media partner*, dan *ticketing system* dirasa sangat penting oleh responden *exhibitor* dan mereka merasa sangat puas dengan ketiga layanan tersebut. Karena dianggap sangat penting, PEVS perlu mempertahankan kualitas ketiga layanan ini di acara yang mendatang.

BAB V

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, responden exhibitor PEVS 2023 merasa puas dengan acara kedua PEVS. Mayoritas (98%) responden exhibitor setuju bahwa PEVS 2023 dapat memfasilitasi antara produsen, pemerintah, sekaligus mengedukasi calon pembeli kendaraan listrik. Semua responden exhibitor juga setuju bahwa PEVS harus kembali dilaksanakan di masa depan.

Indonesia tengah bertransisi ke kendaraan listrik didorong oleh kesepakatan negara-negara di dunia untuk mencapai Net Zero Emission pada 2060. Periklindo hadir sebagai salah satu upaya pemerintah memasarkan EV. Selain itu, melalui PEVS giat edukasi dan sosialisasi terus dilakukan agar masyarakat semakin dekat dengan EV. Insentif EV yang diberikan pemerintah Indonesia menjadi salah satu bahasan yang marak di dunia EV Indonesia.

Terlepas dari saran dan kritik yang diberikan pengunjung dan peserta pameran, secara keseluruhan PEVS 2023 terbilang sukses. Hal ini terlihat dari tingginya kepuasan responden pengunjung dan exhibitor. Bahkan, survei menemukan bahwa PEVS 2023 berhasil membujuk pengunjung untuk bertransisi ke EV dan sukses memfasilitasi antara produsen, pemerintah, sekaligus mengedukasi calon pembeli kendaraan listrik. Penting bagi penyelenggara acara untuk terus menjaga performa positif pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara Andi, D. (2023, Mei 22). Ajang PEVS 2023 Catatkan Total Transaksi Senilai Rp 289 Miliar. Jakarta.
- Electric Vehicles. (2023). Retrieved from International Energy Agency:
<https://www.iea.org/reports/electric-vehicles>.
- Farmer, R., Gupta, R., Lath, V., & Manuel, N. (2022, June 30). Capturing growth in Asia's emerging EV ecosystem. Retrieved from McKinsey & Company:
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-asia/capturing-growth-in-asias-emerging-ev-ecosystem>.
- John A. Martilla and Davis W. Carvey. 1987 "Four Subtle Sins in Marketing Research," Journal of Marketing, Vol. 39 (1), 10.
- Martilla, J. and James, J. 1977. 'Importance-Performance Analysis', Journal of Marketing, 41(1), 77-79.
- Matzler, K., Sauerwein, E. and Heischmidt, K. 2003. 'Importance-performance analysis Revisited: the role of the factor structure of customer satisfaction', The Service Industries Journal, 23(2), 112-129.
- Seitel, Frasier P. 2013. International Editions, The Practice of Public Relations 13th edition. New Jersey. Prentice Hall.