

Kepuasan Pengunjung di Festival Palembang Matsuri 2023: Peran Manajemen Tiket dalam Meningkatkan Pengalaman

Visitor Satisfaction at the 2023 Palembang Matsuri Festival: The Role of Ticket Management in Improving the Experience

Fitriyanti Rizky Ramadhani^{1)*}, Wisanggeni Agus Priyanto²⁾ Anwari Masatip³⁾

^{1,2,3)} Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Palembang, Indonesia

*Corresponding Email: geni@poltekipar-palembang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *ticketing management* yang diukur dengan menggunakan teori fungsi manajemen POAC (*planning, organizing, actuating, controlling*) terhadap kepuasan pengunjung di *event festival Palembang matsuri 2023*. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode pengambilan data berupa kuesioner yang diberikan kepada pengunjung festival Palembang matsuri 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang membeli tiket secara langsung di *venue*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionated stratified random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 88 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pengaruh *ticketing management* terhadap kepuasan pengunjung sebesar 41,1 %. (2) Pada variabel *planning* secara parsial tidak berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap kepuasan pengunjung (3) Pada variabel *organizing* secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (4) Pada variabel *actuating* secara parsial tidak berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (5) Pada variabel *controlling* secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: *ticketing management, planning, organizing, actuating, controlling, kepuasan pengunjung*

Abstract

This research aims to determine the effect of ticketing management as measured using the POAC management function theory (planning, organizing, actuating, controlling) on visitor satisfaction at the 2023 Palembang Matsuri festival event. This research uses a quantitative approach with a data collection method in the form of a questionnaire given to visitors to the 2023 Palembang Matsuri festival. The population in this research is visitors who bought tickets directly at the venue. The sampling technique used proportionated stratified random sampling with a sample size of 88 people. Data analysis in this study used multiple linear regression. The research results show that: (1) The effect of ticketing management on visitor satisfaction is 41.1%. (2) The partial planning variable does not have a positive or significant effect on visitor satisfaction. (3) The organizing variable partially has a positive and significant effect on visitor satisfaction. (4) The partial actuating variable does not have a positive or significant effect on visitor satisfaction. (5) The controlling variable partially has a positive and significant effect on visitor satisfaction.

Keywords: *ticketing management, planning, organizing, actuating, controlling, visitor satisfaction*

PENDAHULUAN

Industri *event* merupakan sektor yang melibatkan penyelenggaraan kegiatan yang terencana dengan tujuan tertentu dan menjadi industri yang populer seiring berjalannya waktu. Dampak dari kegiatan *event* dari sisi ekonomi dan sosial sangat signifikan. Terutama dalam meningkatkan interaksi social antar masyarakat, mengembangkan wawasan masyarakat dan memperluas ekonomi baik local maupun nasional. Di Indonesia *event* yang diselenggarakan sangat beragam, mulai dari *event* pameran, festival, *sport event* dan event-event lainnya. *Event* melibatkan berbagai jenis kegiatan seperti, *meeting*, *incentive*, *convention*, *exhibition* atau biasa disebut dengan MICE.

Menurut McCartney, *Event* yaitu suatu aktivitas yang dirancang serta disusun oleh banyak orang yang tujuannya untuk merayakan hal penting pada waktu yang telah ditentukan. Berdasarkan yang telah dijelaskan oleh beberapa ahli bahwa, *event* yang diselenggarakan bisa terkait dengan adanya unsur kebudayaan (Haries et al., 2021). *Event* budaya merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk merayakan, mempromosikan dan mengasosiasikan sebuah budaya dengan masyarakat. Salah satu *event* budaya yang diselenggarakan di kota Palembang yaitu, Festival Palembang Matsuri. Festival Palembang Matsuri

merupakan sebuah wadah dimana menyilangkan budaya atau *cross culture* Japan dengan Indonesia. *Event* ini berkontribusi untuk meningkatkan pemahaman antar budaya, serta turut memberdayakan aktivitas komunitas budaya Indonesia dan pecinta Jepang yang ada di Palembang. Aktivitas yang ada didalam festival ini meliputi, fashion show tradisional anak, *fun games*, jumputan *class*, *shujiworkshop*, *bento class*, *kompetisi cosplay*, *merchandise booth* dan lain sebagainya. *Event* ini sukses diselenggarakan selama dua hari pada tanggal 2 dan 3 September 2023 di Museum Balaputradewa dengan *Greatmind Production* sebagai *event organizer*. Kesuksesan sebuah *event* dapat dilihat dari bagaimana cara *event organizer* mengelola *event* tersebut. Dalam terselenggaranya *event* terdapat beberapa divisi penting yang ikut serta menyukseskan festival ini, meliputi *project manager*, *show manager*, *show director*, *liasson officer*, *sponsorship*, *area activation supervisor*, *ticketing officer*, logistik, produksi, dokumentasi dan konsumsi. Salah satu divisi yang berperan penting dalam penyelenggaraan sebuah *event* yaitu *ticketing officer* (Karo Karo, 2021; Karo Karo et al., 2020).

Dengan adanya sistem manajemen tiket pada festival yang dilaksanakan oleh *Greatmind Production* terdapat strategi

pemasaran yang dilakukan pada saat penjualan tiket berlangsung. *Greatmind Production* melakukan strategi penjualan tiket dengan menggunakan sosial media dan *on the spot*. Sosial media yang

digunakan melalui *instagram* resmi Festival Palembang Matsuri. Berikut data yang didapatkan setelah melakukan *pra observasi* di *Greatmind Production*:

Tabel 1. Penjualan tiket dilakukan *Greatmind Production*

Jenis Tiket	Target tiket		Tiket terjual		Tanpa tiket		Ket
	Day 1	Day 2	Day 1	Day 2	Day 1	Day 2	
<i>Early bid</i>	250	250	366	605	-	-	Tiket yang terjual mencapai target yang disesuaikan
<i>On the spot</i>	500	500	234	503	504	504	Tiket fisik yang dijual memiliki kekurangan dikarenakan pengunjung yang datang melebihi jumlah tiket yang telah disiapkan

Berdasarkan data yang telah dilampirkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa fenomena yang terjadi pada saat penjualan tiket fisik yang telah dipersiapkan oleh penyelenggara acara terdapat permasalahan. Ditemukan jumlah tiket fisik yang dipersiapkan pada saat penjualan secara *on the spot* ternyata memiliki total yang kurang untuk didapatkan oleh pengunjung, hal ini dikarenakan jumlah pengunjung Festival Palembang Matsuri yang datang untuk membeli tiket secara langsung melebihi jumlah tiket yang telah disediakan oleh pihak *ticketing*. Pembelian tiket fisik ini dilakukan pada saat sebelum pengunjung memasuki area acara dan mendapatkan permasalahan tersebut pada saat hari kedua penjualan tiket secara *on the spot*. Namun disisi lain, jumlah pengunjung yang memiliki keinginan untuk

membeli tiket tetap diizinkan masuk tanpa adanya tiket fisik, akan tetapi pihak *ticketing officer* mendata pengunjung yang masuk tanpa tiket fisik sebagai acuan dalam pendataan pengunjung.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Troy Halsey, *event* dikatakan sebagai sebuah peristiwa yang direncanakan untuk kepentingan tertentu (Karo Karo & Firstyana, 2021; Rahjasa et al., 2022). *Event* merupakan sebagian dari fungsi pemasaran dan diselenggarakan untuk mencapai tujuan perusahaan. O'Tool dan Mikolaitis menjelaskan bahwa *special event* merupakan acara yang diselenggarakan untuk mendapatkan perhatian dari media dan publik. Dengan diselenggarakannya *special event*, diharapkan media melakukan pemberitaan positif mengenai perusahaan, produk, atau

klien yang menyelenggarakan *special event* tersebut (Dewi & Runyke, 2013; Hartono et al., 2017). *Special event* juga dirancang untuk menyampaikan suatu pesan kepada publik. *Ticketing management system* (TMS) adalah solusi teknis yang berharga pada bidangnya, berdasarkan pengorganisasian aktivitas dukungan pelanggan dalam proses penjualan yang terdiri dari penanganan tiket tertentu untuk permintaan pelanggan (melalui email, panggilan telepon, obrolan langsung atau media sosial). Oleh karena itu, semakin banyak *event* yang menggunakan TMS dengan baik agar dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas manajemen tiket (Folino et al., 2013).

Sistem tiket yang memperhatikan pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Hal tersebut menjadi faktor penting bagi perusahaan menyukseskan acara dan oleh sebab itu harus ditata dan direalisasikan secara profesional dengan konteks di mana ia ditempatkan (Qoyyimah et al., 2012). Pada pelaksanaan *event* Festival Palembang Matsuri tentunya penyelenggara telah mempersiapkan tiket yang akan dipasarkan, tiket yang dijual pun bisa melalui pembelian *online* maupun *on the spot*. Pemasaran *online* dilakukan di sosial media resmi Festival Palembang Matsuri dan *on the spot* berada di museum balaputradewa yang menjadi *venue*

penyelenggaraan *event* ini. Hal ini dapat merujuk pada manajemen tiket agar bisa mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent. Penentuan tersebut dilakukan dengan menggunakan teori fungsi manajemen POAC agar dapat dilihat seberapa besar pengaruh *ticketing management* terhadap kepuasan pengunjung (Rimbano et al., 2023).

Perencanaan adalah fungsi pertama dari fungsi manajemen. Secara umum, Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dilakukan dengan sumber daya yang dimiliki (Muchammad Satrio Wibowo & Belia, 2023; Yelvi et al., 2022). Ini juga dapat diartikan sebagai proses dalam menentukan sesuatu yang ingin dicapai, yaitu tujuan di masa depan serta berbagai tahapan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Pengorganisasian adalah penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan jenis kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan penempatan individu (pegawai) terhadap kegiatan ini; penyediaan faktor-faktor yang sesuai dengan kebutuhan kerja dan penunjukan hubungan wewenang yang diberikan kepada setiap individu dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan. Penggerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya

berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha - usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan (Sukarna, 2011; Syahputra & Aslami, 2023). Pengendalian (*controlling*) juga dapat diartikan, suatu proses pengamatan terhadap berbagai pelaksanaan kegiatan organisasi atau perusahaan untuk menjamin agar kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, atau proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan dapat berjalan sesuai dengan target yang dihadapi (Hasan & Karo Karo, 2023; Yelvi et al., 2022). Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima dan kepuasan pelanggan adalah Perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima) (Fatihudin, 2020; Karo & Chairunnisa, 2021).

METODOLOGI

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu

menggunakan teknik *proportionated stratified random sampling* (Ulitama S. et al., 2021). Pada tahapan teknik pengumpulan data, yang digunakan peneliti untuk mengukur setiap variable penelitian adalah metode survei, Pada penelitian ini, kuesioner yang akan dipakai dalam penelitian merupakan kuesioner tertutup sehingga responden tidak akan bisa memberikan jawaban lain kecuali yang telah tersedia sebagai alternatif jawaban. Selain itu, menggunakan studi kepustakaan yang informasi mengenai penelitian terdahulu atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang ingin dikelola.

Populasi yang dikelola yaitu keseluruhan jumlah pengunjung yang membeli tiket secara *on the spot* pada event Festival Palembang Matsuri 2023, dimana diketahui jumlahnya bertotal 737 orang dalam dua hari kegiatan, sampel dengan menggunakan teknik sampling yaitu *proportionate stratified random sampling*. Dari hasil hitung menggunakan rumus slovin pada populasi yang membeli tiket secara *on the spot*, maka mendapatkan hasil menjadi 88 responden yang akan menjadi sampel penelitian ini.

Dalam pengujian analisis instrumen penelitian diperlukannya dua jenis pengujian yaitu pertama uji validitas dan uji realibilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik, dan untuk mengetahui pengaruh

dua atau lebih dari variabel X terhadap variabel Y ditentukan dengan analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini memiliki tiga tahap, yaitu uji parsial (uji-t), uji simultan (uji-F) dan uji koefisien determinasi (R^2). Alat yang digunakan yaitu SPSS dan Ms. Excel untuk mengolah data.

HASIL

Berdasarkan uji-t pada variabel *planning* terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan nilai signifikansi $0,094 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,692 < t\text{-tabel } 1,987$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel *planning* terhadap variabel kepuasan pengunjung secara parsial, Hal ini pun didasari karena pada variabel *planning* tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh pengunjung Festival Palembang Matsuri.

Berdasarkan uji-t pada variabel *organizing* terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,294 > t\text{-tabel } 1,987$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel *organizing* terhadap variabel kepuasan pengunjung secara parsial, Hal ini pun didasari karena pada variabel *organizing* sesuai dengan yang diinginkan oleh pengunjung Festival Palembang Matsuri.

Berdasarkan uji-t pada variabel *actuating* terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan nilai signifikansi $0,982 > 0,05$ dan t hitung sebesar $0,022 < t\text{-tabel } 1,987$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel *actuating* terhadap variabel kepuasan pengunjung secara parsial, Hal ini pun didasari karena pada variabel *actuating* tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh pengunjung Festival Palembang Matsuri.

Berdasarkan uji-t pada variabel *controlling* terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t hitung sebesar $3,613 > t\text{-tabel } 1,987$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel *controlling* terhadap variabel kepuasan pengunjung secara parsial, Hal ini pun didasari karena pada variabel *controlling* sesuai dengan yang diinginkan oleh pengunjung Festival Palembang Matsuri.

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung sebesar $14,506 > f\text{tabel } 2,47$. Dapat dikatakan bahwa *planning*, *organizing*, *actuating*, *controlling* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ticketing management* pada event Festival Palembang Matsuri 2023 berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, akan tetapi tidak secara keseluruhan. Dikarenakan sub variabel *planning* dan *actuating* tidak terlalu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap pelayanan *ticketing management* pada event Festival Palembang Matsuri 2023. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *ticketing management* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di event Festival Palembang Matsuri 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M., & Runyke, M. (2013). Peran Public Relations dalam Manajemen Event (Studi terhadap Peran Public Relations Galeria Mall dan Plaza Ambarrukmo dalam Pengelolaan Event Tahun 2013). *Jurnal Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art6>
- Fatihudin, D. M. A. F. (2020). Pemasaran Jasa. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., March.
- Folino, F., Guarascio, M., & Pontieri, L. (2013). Discovering high-level performance models for ticket resolution processes (short paper). *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8185 LNCS. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41030-7_18
- Haries, A., Padang, P. N., Wulandari, F., & Padang, P. N. (2021). Tinjauan Manajemen Event Pasa Harau Art & Culture Festival Di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 1(2).
- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2017). Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink oleh Lovepink Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2519>
- Hasan, H., & Karo Karo, P. (2023). Analisis Kapasitas Layanan Destinasi Wisata Untuk Mencapai Target Pasar Sektor Pariwisata Di Kota Sabang. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 11(2). <https://doi.org/10.36983/japm.v11i2.493>
- Karo Karo, P. (2021). Analisis Pengaruh Kesiapan Kabupaten Banyuasin terhadap Penyelenggaraan Sports Event di Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1). <https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.73>
- Karo Karo, P., & Firstyana, A. S. (2021). Pengaruh Sponsorship Pada Event Bingen Fest Terhadap Brand Awareness Authenticity Class Mild. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.3245>
- Muchammad Satrio Wibowo, & Belia, L. A. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58108>
- Qoyyimah, Hidayah, N. A., & Fananie, Z. B. (2012). Rancang Bangun Helpdesk Ticketing System (Studi Kasus: PT. Primus Indojoya). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1).
- Rahjasa, P. S. L., Darmiati, M., Wijayanti, N. P. E., & Aryasih, P. A. (2022). Pelatihan Perencanaan & Penyelenggaraan Festival Budaya bagi Masyarakat di Desa Wisata Sayan, Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(2). <https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i2.831>
- Rimbano, D., Yeni, R. A., Rabeta, Y., Eprianti, Y., Andrialdo, A., Nisusmiati, M., & Nuriyah. (2023). The Application of POAC Management in the Tourism Sector in Post-Pandemic Economic Recovery Based on E-Commerce. *European Journal of Theoretical and Applied Sciences*, 1(3). [https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1\(3\).06](https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1(3).06)
- Sukarna. (2011). Dasar-Dasar Manajemen. Bandung. CV Mandar Maju.
- Syahputra, D. R., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1(3).
- Ulitama S., R., Karo Karo, P., Meilysa Pasaribu, R., Vebiola, P., & Nopy, N. (2021). Consumer Perspectives on the Implementation of CHSE Certification (Clean, Health, Safety, Environment Sustainability) at Fast Food

Restaurants in Palembang City. *Proceedings of the Palembang Tourism Forum 2021 (PTF 2021)*, 200, 1-8.
<https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.211223.001>

Yelvi, W. M., Yusfil, Y., & Syofia, N. (2022). Studi Kasus Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan pada Program Studi Seni Tari Isi Padangpanjang. *Laga-Laga: Jurnal Seni Pertunjukan*, 8(2).
<https://doi.org/10.26887/lg.v8i2.3112>