

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Pada umumnya, perkembangan bisnis saat ini semakin hari semakin pesat. Hampir setiap hari kita terlibat di dalam dunia bisnis seperti pembelian barang atau jasa. Saat ini persaingan bisnis harus secara terang-terangan atau secara transparan dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Salah satu industri jasa yang saat ini berkembang ditengah masyarakat adalah industri jasa Perhotelan, baik Hotel Berbintang maupun Hotel Melati.

Dalam era globalisasi ini, Indonesia dihadapkan pada ketatnya persaingan dalam bidang perekonomian khususnya dibidang Perhotelan yang semakin terbuka dan bebas, yang mendorong laju perputaran roda perekonomian indonesia yang saat ini sedang melaksanakan pembangunan. Pendapatan Negara Indonesia saat ini dipengaruhi oleh penerimaan devisa Negara yang seimbang oleh jasa Perhotelan. Hotel sebagai sarana penyediaan jasa oleh para wisatawan dengan produk utamanya memberikan fasilitas penginapan. Ekonomi Provinsi Riau terus mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya Kota Pekanbaru. hal ini berdampak meningkatnya bisnis industri jasa Perhotelan dipekanbaru, Pekanbaru juga dijadikan tempat penyelenggara *event-event*

bersifat Nasional dan Internasional yang sebagian besar dilaksanakan di hotel-hotel yang ada di Pekanbaru.

Dalam perkembangannya industri jasa khususnya Perhotelan pada saat ini sangat menarik para pengusaha untuk menanamkan modalnya dibidang industri jasa ini. Selain itu Indonesia juga menjadi tempat kunjungan para turis manca Negara, bahkan menjadi tempat bertemunya para *businessman*, untuk mengadakan transaksi bisnis, seminar-seminar dan pelatihan-pelatihan baik Pemerintah maupun swasta. Mereka melihat adanya peluang bisnis atau usaha yang baik bagi siapa saja yang menjalankan usaha ini.

Hotel adalah jasa akomodasi yang dikelola secara komersil, disediakan kepada orang yang membutuhkan untuk mendapatkan pelayanan penginapan dan minuman (dalam Yoeti, 2007:27). Selanjutnya dalam peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 67 tahun 1996 Penyelenggaraan Kepariwisata Republik Indonesia pada pasal 62 menyatakan bahwa Hotel mempunyai pelayanan pokok usaha yang meliputi penyediaan kamar tempat menginap (akomodasi), penyediaan tempat, pelayanan makan dan minum, penyediaan pelayanan cuci pakaian/laundry dan penyediaan fasilitas yang lainnya.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa mempunyai peluang besar untuk berkembang dengan pesat jika perusahaan mempunyai kemampuan memenuhi harapan para konsumennya. Perkembangan ini tentunya tidak

hanya disebabkan oleh satu faktor penentu saja, namun banyak aspek-aspek yang perlu diperhitungkan untuk menarik minat pelanggan calon konsumen untuk menjadi konsumen tetap (pelanggan tetap).

Dengan adanya persaingan yang ketat dalam dunia usaha terutama perebutan pangsa pasar maka dibutuhkan lebih dari sekedar pelayanan yang terbaik. Sebuah perusahaan haruslah juga memiliki strategi/manajemen pemasaran dan cara mempromosikan dengan baik. Strategi merupakan suatu bentuk perencanaan *planning*, untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Rangkuti (2009:110) strategi merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang terintegrasi dalam rangka memberikan nilai kepada konsumen menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Penafsiran yang sempit tentang pemasaran ini terlihat pula dari definisi *American Marketing Association* 1960 (dalam buku Assauri 2008:3) yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Disamping penafsiran ini terdapat pula pandangan yang lebih luas, yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelumnya barang-barang/bahan-bahan masuk dalam proses produksi. Pengertian lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat dari waktu serta harga yang tepat dengan mempromosikan dan komunikasi yang tepat.

Kegiatan pemasaran sebenarnya berkembang sejak adanya kebutuhan manusia itu melalui pertukaran. Sebuah kebutuhan selalu ingin dipenuhi setiap individu secara berurutan dengan memuaskan. Dalam rangka usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kegiatan pemasaran dilakukan menekankan usaha pemuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak hanya menjadi lebih luas, tetapi juga menjadi terpadu atau terintegrasi. Kegiatan pemasaran selalu dikaitkan dengan pengembangan produk, penetapan harga, dan pelayanan kepada konsumen atau langganannya.

Untuk itu berbagai Hotel akan berlomba-lomba dalam meningkatkan fasilitas dan pelayanannya yang ada untuk bersaing dengan hotel lainnya. Persaingan yang sangat ketat dapat membuat hotel itu memiliki manajemen komunikasi pemasarannya sendiri, yang membedakan antara hotel satu dengan hotel lain, diantaranya produk, harga, promosi, lokasi pelayanan, proses, komunikasi, citra rasa masakan dan sarana fisik.

Untuk meningkatkan perkembangan kemajuan dari suatu perusahaan maka hal utama haruslah berorientasi pada pasar yaitu membangun, mempertahankan relasi atau hubungan dengan pelanggan. Seperti yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran dimana kegiatan ini mencakup penciptaan, pemeliharaan dan memperkaya hubungan untuk jangka panjang dengan pelanggan maupun para pihak yang berkaitan (*stakeholder*). Untuk itu dibutuhkan komunikasi dalam pemasaran.

Komunikasi adalah salah satu kunci keberhasilan dalam sebuah pemasaran, dengan komunikasi yang baik maka akan mempermudah dalam pelaksanaan pemasaran itu sendiri. seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2008:219). “Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan jasanya bersedia meminta, membeli dan loyal pada jasa yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.

Tidak itu saja, sejalan dengan perkembangan zaman, hotel saat ini banyak memberikan tambahan fasilitas-fasilitas lain untuk menarik konsumennya dengan memberikan fasilitas yang mungkin dibutuhkan oleh pelanggan Hotel saat berada disana. Fasilitas hotel yang luar biasa yang jarang dimiliki oleh Hotel-hotel lainnya seperti penyediaan tempat karaoke keluarga, makanan enak khas dilidah dengan berbagai variant bentuk, wifi, maupun ruang-ruang tertentu seperti meeting room, ballrom dll.

Fasilitas yang diberikan Hotel merupakan sebuah keunggulan tersendiri dalam menarik konsumennya. Keunggulan inilah alasan bagi konsumen memilih Hotel tersebut untuk menginap. Dengan komunikasi pemasaran yang baik, Hotel dapat menginformasikan fasilitas-fasilitas yang ada untuk menarik para pelanggannya. Untuk membuat berkembangnya informasi-informasi tersebut membutuhkan data yang up to date yaitu data yang selalu update, data yang selalu baru untuk sebuah perusahaan jasa terutama bidang perhotelan agar konsumen nantinya tidak

mendapatkan informasi yang simpang siur dan membuat komunikasi menjadi lebih lancar.

Alpha Hotel Pekanbaru berdiri pada 27 Februari 2012, yang dikelola dibawah naungan PT Satu Enam Delapan Bersama terletak di jalan Hj. Imam Munandar No. 17 Tangkerang Utara, Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru Riau. Alpha Hotel ini memberikan fasilitas tambahan berupa karooke keluarga serta ciri khas makannanya yang lezat dengan berbagai variant bentuk. Konsep ini dapat memberikan keunggulan dalam menarik konsumennya, selain adanya fasilitas karooke yang diberikan hotel ini juga terletak ditempat yang cukup strategis dengan dekatnya dengan gerai oleh-oleh khas pekanbaru.

Selain menjadi tempat beristirahat Alpha Hotel Pekanbaru juga dapat menjadi tempat hiburan keluarga dan para wisatawan yang berkunjung serta menginap disana. Untuk memperkenalkan Hotel kepada masyarakat, pihak Alpha Hotel mempunyai brosur serta situs-situs Hotel seperti Facebook, Instagram, Website dll, yang berisikan fasilitas-fasilitas dan rangkaian promo yang dapat menunjang pemasaran Alpha Hotel itu sendiri.

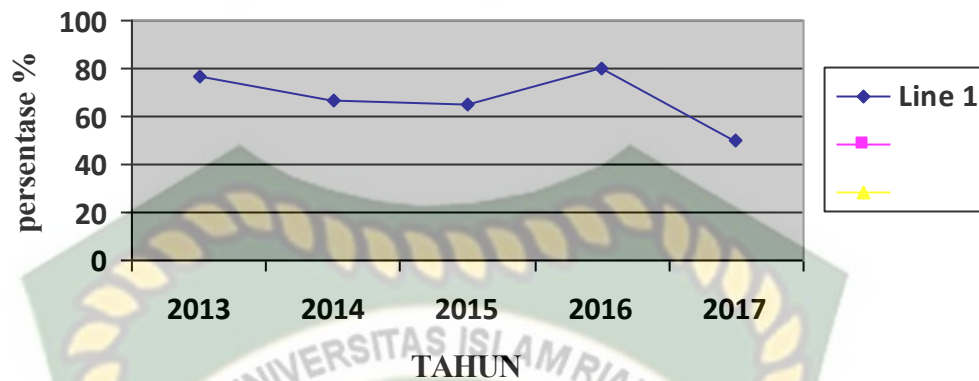
Baleho dan brosur merupakan pemasaran yang resmi sebagai alat promosi bagi perusahaan, promosi merupakan alat bagi Hotel dalam menarik pelanggan yang di luar Kota Pekanbaru untuk mengenal Alpha Hotel Pekanbaru. Karena secara ilmiahnya manusia dapat

merekomendasikan tempat-tempat yang merasa bagus serta nyaman. Oleh karena itu, membuat pelanggan senang, nyaman dan membuat pengalaman yang berkesan itu penting untuk pelanggan.

Pelanggan Hotel merupakan tamu yang datang dan menggunakan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan oleh pihak Hotel. Tetapi keuntungan lebih dapat diperoleh apabila pelanggan tersebut menginap atau melakukan pemesanan kamar. Keuntungannya akan mendapatkan *Free Breakfast dan free voucher khusus*. Pada tahun 2017 Alpha Hotel Pekanbaru mengalami Penurunan tingkat Okuvansi sebesar 50%, seperti yang dijelaskan oleh ibu febby dan gambar grafik dihalaman berikutnya. .

“Alpha hotel termasuk salah satu hotel baru, dan sudah berdiri selama lima tahun, ditahun kelima ini Alpha hotel mengalami tingkat okuvansi (tingkat hunian hotel) yang menurun sebesar 50% karena pesatnya persaingan hotel pada saat ini. Di Pekanbaru sudah banyak dibangun hotel-hotel berbintang maupun hotel melati, karena ketatnya persaingan Alpha hotel memikirkan cara untuk menaikkan tingkat okuvansi ditahun yang akan datang, cara menaikkan okuvansi pihak Alpha hotel tetap mempertahankan citra masakan, melakukan event-event tertentu serta memberikan voucher bagi konsumen yang menginap, tidak itu juga pihak Marketing dari Alpha hotel langsung terjun kelapangan untuk membagikan brosur dan membagikannya kepada masyarakat. “ (wawancara dengan ibu Febby, Selasa 12 September 2017).

Gambar 1.1
Tingkat Okuvansi Alpha Hotel Pekanbaru
Selama 5 Tahun



Pihak Alpha Hotel sudah memikirkan cara dalam meningkatkan jumlah konsumen agar tidak mengalami sebuah penurunan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara tetap mempertahankan citra masakan, dan berusaha untuk up date data-data informasi terbaru dalam memasarkan hotelnya yaitu data yang diperlukan oleh konsumen, karena Alpha Hotel sangat terkenal dengan masakannya yang lezat dan khas sehingga konsumen dapat merasakan citra rasa yang khas dengan berbagai variant bentuk tetapi tetap dengan rasa yang enak, Alpha Hotel juga menyediakan voucher khusus untuk konsumen yang ingin menginap.

Saya memilih penelitian dihotel ini karena ingin mengetahui bagaimana cara Pihak Alpha Hotel memunculkan daya tarik kepada konsumennya agar Okuvansi Hotel Sendiri dapat naik ditahun yang akan datang. .

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Sehubung dengan latar belakang serta strategi promosi yang dilakukan Alpha Hotel dalam menarik konsumen, maka dapat diidentifikasi masalahnya yaitu :

1. Tingkat persaingan harga dengan Hotel-hotel lainnya termasuk hotel-hotel baru.
2. Strategi promosi yang digunakan dalam menjalankan kegiatan untuk mempertahankan pelanggan.
3. Upaya dari pihak Alpha Hotel dalam menjalankan kegiatan promosi untuk mempertahankan pelanggannya.
4. Bagaimana Analisis Komunikasi Pemasaran yang diterapkan Alpha Hotel dalam menarik Konsumen.
5. Kendala apa yang dihadapi Alpha Hotel dalam menjalankan pemasaran.

C. Fokus Penelitian

Dari beberapa permasalahan yang ada, dapat disimpulkan bahwa penelitian berfokus Bagaimana Analisis Komunikasi Pemasaran yang diterapkan Alpha Hotel dalam menarik Konsumen.

D. Rumusan Masalah Penelitian

Sebagaimana diuraikan diatas, maka inti dari penelitian ini mengenai manajemen komunikasi pemasaran Alpha Hotel Pekanbaru dalam menarik Konsumen adalah :

1. Bagaimana Analisis Komunikasi Pemasaran yang diterapkan Alpha hotel dalam menarik konsumen?
2. Apa Faktor Penghambat dan Pendukung dalam Melakukan komunikasi Pemasaran.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis Komunikasi Pemasaran yang diterapkan Alpha hotel dalam menarik konsumen.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan komunikasi Pemasaran.

2) Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dalam garis besarnya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta informasi bagi peneliti. Semoga Penelitian ini juga dapat menjadi pedoman mengenai Judul Bagaimana Analisis Komunikasi Pemasaran Alpha Pekanbaru dalam Menarik Konsumen. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk semua kalangan yang meneliti tentang ini dan dalam garis besarnya agar penelitian ini dapat menunjang tambahan pengetahuan bagi para pembaca.