

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan industri perhotelan di Medan saat ini semakin ketat dengan banyaknya hotel-hotel berbintang yang beroperasi sehingga pengelola hotel saat ini semakin gencar untuk melakukan penjualan dan ingin menjadi yang terbaik, sehingga setiap pengelola hotel masing-masing menunjukkan eksistensinya untuk dapat merebut pasar yang persaingannya setiap tahun semakin ketat. Dengan banyaknya hotel yang ada di pasaran saat ini untuk memperebutkan pangsa pasar sehingga menguntungkan konsumen untuk dapat memilih hotel yang ada sehingga dapat memilih satu yang paling menguntungkan.

Untuk menghadapi persaingan setiap perusahaan harus mampu mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui tentang produk atau jasa yang dihasilkan. Bauran promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan dalam proses penjualan produk atau jasa yang dijual setiap perusahaan. Usaha promosi penting bagi perusahaan atau badan usaha. Dengan adanya promosi, perusahaan dapat memperkenalkan produknya dengan baik sehingga dapat diketahui oleh masyarakat serta menarik perhatian masyarakat untuk dapat menggunakan produk atau jasa tersebut. Bauran Promosi terdiri dari berbagai promosi yang terdiri dari berbagai macam cara dalam melakukan promosi, diantaranya yaitu: periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Berbagai promosi yang telah dilakukan Hotel Garuda Plaza, sedikit banyak turut andil

dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menginap atau menggunakan jasa hotel.

Periklanan merupakan usaha untuk membuat hubungan antara konsumen dengan produsen yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Untuk melaksanakan periklanan perusahaan tentunya membutuhkan biaya. Oleh sebab itu, perusahaan berharap agar biaya yang telah dikeluarkan untuk periklanan akan meningkatkan volume penjualan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

Garuda Hotel Plaza merupakan hotel bintang tiga yang hampir setaraf dengan hotel bintang lima yang terkenal dengan hotel yang bersih, maksudnya tidak bisa membawa sembarangan pasangan-pasangan yang bukan suami istri dengan menunjukkan identitas pelanggan. Garuda Hotel Plaza sering mengadakan event-event seperti nonton bareng piala dunia dan juga menyediakan fasilitas-fasilitas gratis seperti internet yang sering disebut wifi

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul **“Peranan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Hunian Kamar Di Garuda Plaza Hotel Medan”**

B. Perumusan Masalah

Pada umumnya perusahaan mengharapkan respon yang lebih baik dari para konsumen dengan pelayanan yang lebih baik pula, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya untuk memenuhi kepuasan konsumen. Disini promosi berperan aktif untuk meningkatkan kepercayaan pada perusahaan agar jasa yang ditawarkan dapat dinikmati pula oleh para konsumen.