

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian yang sangat pesat pada saat ini menuntut dunia bisnis untuk berusaha mengikuti perkembangan-perkembangan yang terjadi. Perusahaan dengan berbagai jenis usaha saling bersaing untuk memenuhi pangsa pasar yang menuntut kualitas produk yang semakin baik, pendistribusian yang semakin cepat, dan produk-produk yang bervariasi. Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya berusaha untuk mencapai tujuannya yaitu : mencapai laba yang optimal, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta meningkatkan nilai prestise perusahaan.

Perusahaan dalam mencapai tujuan ditantang untuk memberikan terobosan-terobosan strategis. Perusahaan wajib mengantisipasi lingkungan pemasaran baik yang bersifat peluang maupun ancaman. Perusahaan harus membuat suatu kebijakan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi perekonomian yang terus menerus berubah. Faktor-faktor intern maupun ekstern yang mungkin menimbulkan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung harus diperhitungkan secara matang, agar perusahaan tidak mengalami kegagalan dalam mencapai tujuannya.

Banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh manusia maka semakin banyak juga dibutuhkan penciptaan media sebagai sarana penunjang aktivitas manusia itu.

Aktivitas manusia dalam hal kunjungan dan wisata menyebabkan dibutuhkannya jasa perhotelan. Untuk memenuhi kebutuhan akan aktivitas itu, maka banyak hotel dibangun untuk tempat penginapan wisatawan dan mengakibatkan bisnis perhotelan semakin tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Jumlah tujuan (destinasi) pariwisata dan hotel diberbagai daerah semakin bertambah banyak. Situasi yang sama juga tampak di kota-kota besar. Hotel dan bisnis pelayanan jasa atau sejenisnya semakin tumbuh subur. Restoran, guest house, night club, catering service, bar, pub, dan discotbique semakin bertambah. Persoalannya adalah bagaimana mengelola industri jasa diatas menjadi sebuah perdagangan jasa yang maju ? Sebagai industri jasa, setiap pengusaha hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Dengan kata lain kekuatan usaha ini adalah bagaimana para pelaku usaha menawarkan jasa yang terbaik pada para tamunya. Tiap hotel, motel atau berbagai bentuk penginapan lainnya akan berusaha memberikan nilai tambah (value-added) yang berbeda terhadap produk dan jasa pelayanan yang diberikan kepada tamunya. Nilai tambah inilah yang membuat suatu hotel berbeda dari yang lainnya, yang akhirnya menyebabkan mengapa orang punya alasan tersendiri memilih hotel itu dibandingkan dengan hotel yang lainnya. Dalam bisnis perhotelan, ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu. Semua yang ditawarkan itu merupakan produk hotel. Produk hotel tersebut dapat dibagi dalam beberapa bentuk, seperti : kamar hotel (rooms), pelayanan makan dan minum (food and baverage), restoran, bar, pub, discotbique atau night club. Namun demikian, pada dasarnya produk dan jasa pelayanan hotel sudah mulai dinikmati si tamu pada saat melakukan chek-in