

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, kemajuan zaman dan pertumbuhan perekonomian yang cukup tinggi mengakibatkan peningkatan taraf hidup rakyat dan juga persaingan dalam bisnis termasuk bisnis jasa. Keadaan ini menciptakan persaingan kompetitif yang mengharuskan perusahaan jasa untuk dapat menerapkan metode yang terbaik didalam menerapkan strategi pemasarannya berupa strategi periklanan.

Strategi iklan pada bidang jasa sangat diperhitungkan dalam dunia bisnis, karena strategi iklan berdampak pada minat pemakai jasa layanan kamar oleh pengunjung. Minat pemakai jasa layanan ditentukan oleh strategi iklan yang dikehendaki oleh perusahaan, sehingga minat pelanggan menjadi prioritas utama sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk mencapai jasa layanan yang diberikan, maka diperlukan variabel-variabel yang dijadikan sebagai sarana dalam pencapaiannya. Variabel-variabel tersebut meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Hotel Antares Indonesia Medan, selalu berupaya untuk dapat memenuhi kelima variabel tersebut dengan harapan dapat memberikan layanan yang semaksimal mungkin kepada pelanggannya serta para pelanggannya tersebut akan menjadi pelanggan loyal terhadap hotel yang dipilihnya.

Strategi iklan merupakan alat penyebar informasi yang berhubungan dengan gagasan pemakaian jasa untuk mendorong tindakan yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Jelasnya strategi iklan itu merupakan usaha untuk membuat hubungan antara konsumen dengan produsen yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Untuk melaksanakan strategi iklan ini perusahaan tentunya membutuhkan biaya.

Tentunya bila strategi iklan tersebut berjalan dengan baik, maka perusahaan dapat memberikan layanan kepada pelanggannya atau para pengunjung hotel dan juga mampu memberikan profit yang cukup besar bagi perusahaan.

Minat jasa layanan merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Hotel merupakan sarana akomodasi yang ada diseluruh tanah air. Setiap hotel mempunyai karakteristik yang pada umumnya sama akan tetapi yang membedakan adalah segmen pasarnya, dimana suatu hotel hanya untuk orang-orang yang mempunyai pendapatan menengah ke atas dan ada pula hotel untuk kelas menengah ke bawah. Pada umumnya setiap tempat-tempat wisata selalu disediakan hotel untuk menyediakan para pengunjung tempat wisata tersebut untuk menginap yang pastinya dari pihak hotel selalu memberikan layanan yang bagus agar para pengunjung merasa berminat untuk dengan pelayanan tersebut.