

BAB 1

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 melalui promosi dan pelayanan.

Strategi yang digunakan pada sebuah perusahaan khususnya hotel memiliki peranan yang sangat penting. Hotel harus dapat memberikan informasi yang benar dengan memanfaatkan proses komunikasi dengan semua pihak seperti kepada tamu, pemasok seperti agen penjual sayur mayur yang menjadi pendistribusi langsung ke hotel, pengecer seperti *travel agent*, dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Cara yang sering digunakan oleh pemasar agar dapat menarik perhatian tamu yaitu melalui kegiatan promosi.

Adanya kegiatan promosi dapat memberikan informasi kepada tamu mengenai berbagai hal tentang hotel yang bersangkutan mulai dari fasilitas yang dimiliki, *room rate*, lokasi hotel sampai dengan berbagai penawaran yang sedang ditawarkan oleh hotel. Promosi merupakan suatu alat komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan tamu pada produk yang dimiliki hotel. Promosi

memiliki lima bauran promosi atau yang biasa dikenal dengan istilah *marketing mix* yaitu periklanan *advertising*, penjualan perorangan *personal selling*, promosi penjualan *sales promotion*, hubungan masyarakat *public relations* dan pemasaran langsung *direct marketing*.

Disamping faktor promosi, pelayanan juga merupakan faktor yang paling mempengaruhi jumlah tingkat hunian kamar hotel. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan perilaku konsumen yang menguntungkan dan mengurangi perilaku konsumen yang tidak menguntungkan. Kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan pelayanan yang diberikan petugas-petugas perusahaan yang profesional kepada konsumen demi kepuasan konsumen dan disertai dengan upaya yang profesional untuk menyiapkan layanan yang memuaskan konsumen. Di mana mayoritas tamu yang datang menginap dengan tujuan bisnis sehingga diperlukan tata cara praktis dan cepat dalam pelayanan serta fasilitas bisnis sebagai penunjang.

Hotel merupakan bentuk usaha yang menawarkan jasa utama yakni sebuah ruangan yang nyaman sebagai penginapan, dan berbagai fasilitas lain seperti restoran, kolam renang, tempat hiburan, ruang rapat, tempat pameran atau tempat pernikahan. Selain itu letak hotel akan memberi pengaruh terhadap potensi pasar yang ada. Hotel yang berada di daerah pariwisata tentu menjual obyek wisata daerah tersebut untuk menarik minat wisatawan menginap di hotelnya. Hotel yang berada di lokasi bisnis menawarkan tempat konvensi, seminar, hingga kedekatan jarak antara hotel dengan pusat-pusat bisnis.