

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pemasaran yang merupakan ujung tombak perusahaan, maka salah satu tujuan akhir dari perusahaan adalah menciptakan penjualan yang kontinuitas, yang dapat menjamin kelangsungan perusahaan itu maka di butuhkan strategi pemasaran yang tangguh untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan. Berawal dari suatu tujuan untuk mencapai laba jangka panjang dari situlah ide yang kreatif muncul, perusahaan pun harus mengetahui keinginan konsumen pada masa sekarang.

Pemasar diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan berdasarkan segmen - segmen pasar dan kelompok konsumen, baik itu dalam bentuk produk atau jasa. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual.

Salah satu konsep pemasaran yang ditawarkan oleh Kotler (2000: 355) dengan melakukan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi. Keempat bauran pemasaran tersebut mempengaruhi tolak ukur dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Engel et al (1994) Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Mengingat banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan, sehingga akan berimplikasi langsung terhadap persaingan yang ketat. Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan.

Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah - tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Salah satunya yaitu Hotel Sinar Kabor yang berada di Kota Maumere Kab.SIKKA, mengingat semakin banyaknya hotel - hotel baru yang muncul di kota Maumere mengakibatkan persaingan yang ketat. Di butuhkan beberapa strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan agar tidak beralih ke pesaing lain, serta meningkatkan jumlah pelanggan Hotel Sinar Kabor Maumere di Kab.SIKKA.

Hotel Sinar Kabor menjual produk dalam bentuk Jasa yang bisa di nikmati secara fisik dan psikologis pelanggannya. Kamar Hotel merupakan produk utama yang menjadi target pasar terbaik yang di miliki hotel sinar kabor.

Jasa menggunakan Kamar untuk bermalam pada hotel Sinar Kabor di bagi menjadi dua tipe yaitu kamar standart dan VIP dengan fasilitas yang berbeda-beda serta di lengkapi Free Wifi untuk Tamu Hotel yang menginap. Pada dalam Hotel terdapat restoran untuk para tamu. Salah satu strategi hotel Sinar Kabor yaitu menentukan harga untuk para pengunjungnya.

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Dimana Hotel Sinar Kabor menentukan pangsa pasar nya untuk semua kalangan baik dari kalangan bawah sampai atas. Tamu yang menginap di hotel sinar kabor ada yang untuk liburan, atau keperluan bekerja seperti sales yang mengunjungi kota untuk menawarkan produk jualannya, pegawai negeri sipil, atau hotel sering bekerja sama dengan

pihak pemerintah dan swasta seperti kegiatan – kegiatan pelatihan untuk masyarakat, atau ajang” lomba yang di buat swasta/pemerintah.

Strategi yang di lakukan yaitu dengan cara membagi 2 tipe kamar yang terdiri dari standart,dan VIP yang masing-masing Fasilitas dan harga kamarnya berbeda-beda.

Tabel 1.1
DAFTAR HARGA KAMAR
HOTEL SINAR KABOR MAUMERE

TIPE KAMAR	HARGA	FASILITAS
Standar 2 orang 3 orang	150.000 175.000	Kamar mandi dalam Kipas angin TV Breakfast
VIP 1-4 Orang	350.000	Kamar mandi dalam AC TV Breakfast
VIP 1-3 orang (Kamar Lebih Luas)	250.000	Kamar Mandi Dalam AC TV SOFA Breakfast

Kemudian penetapan lokasi juga akan mempengaruhi jalannya suatu usaha, apabila lokasi yang dipilih strategis seperti mudah dijangkau oleh transportasi umum, maka diharapkan Pengunjung akan mudah untuk Menginap di Hotel.

Menurut Heizer (2006) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan Lokasi bagi perusahaan. Lokasi Hotel Sinar Kabor Maumere sangat Strategis karena terletak pada pusat kota maumere. Lokasi hotel sangat dekat dengan pelabuhan hanya dengan jarak tempu kurang dari 5 menit, dan untuk kebandara jarak tempu yang di perlukan kurang dari 10 menit. Hotel sinar kabor pun dekat dengan area pertokoan kota maumere dan berbagai objek wisata salah satunya yaitu Taman Doa Kristus Raja yang bisa di tempuh kurang dari 5 menit.

Hotel Sinar Kabor pun berlokasi Di depan pasar senja (*foodcourt*) kota maumere, sebagian besar pedagang makanan berjualan dari sore hingga subuh, lokasi tersebut sangat memudahkan tamu Hotel Sinar Kabor Maumere. Selain itu dalam menjalankan usaha, strategi promosi sangat dibutuhkan.

Promosi sesuai pendapat dari (Sutrisno dan Kusmawan,2006: 78) adalah suatu arus informasi atau bujukan dari penjual kepada pembeli, yang dilakukan untuk mengarahkan orang-orang agar dapat mewujudkan pertukaran atau penjualan. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan dimana harus di perhatikan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang di peroleh kegiatan promosi yang di jalankan perusahaan.

Hotel Sinar Kabor memiliki strategi dalam promosi dengan cara meningkatkan pelayanan kepada Pengunjung baik dari segi kualitas Hotel maupun kenyamanan konsumen dalam menginap di Hotel Sinar Kabor Maumere.

Tujuan promosi yang selanjutnya untuk memberikan informasi produk kepada target pasar, promosi diharapkan dapat meningkatkan penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut, seperti promosi yang dilakukan Hotel Sinar Kabor Maumere yaitu dengan melakukan promosi melalui membuat iklan di radio dan media sosial, menitipkan brosur pada sopir travel perjalanan, dan bekerja sama pada pihak luar melalui media online (facebook,traveloka,pigi pigi.com). Promosi menggunakan media sosial bertujuan untuk mengenalkan dan menawarkan produk yang di jual dan membangun dan menarik minat masyarakat, serta promosi menggunakan media sosial mudah dilkakukan, tidak perlu modal besar dan cepat dikenal oleh banyak orang.

Strategi terakhir yang dilakukan Hotel Sinar Kabor yaitu Memberikan kualitas Pelayanan semaksimal mungkin pada para tamu hotel selama tinggal di hotel. Pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Sinar Kabor berdasarkan unsur kekeluargaan. Hal ini dilakukan oleh pihak hotel agar para tamu tetap merasa nyaman dan aman seperti tinggal di rumah mereka sendiri, dan Hotel Sinar Kabor tetap menjadi pilihan Konsumen ketika berkunjung ke kota Maumere.

Menurut Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, yaitu perusahaan akan tetapi sudut pandang penilaian persepsi pelanggan.

Berbagai strategi telah dilakukan untuk menarik loyalitas pengunjung untuk tetap memilih menginap kembali di Hotel Sinar Kabor dan tidak berpaling ke hotel lain jika berada di Maumere Kab. Sikka.

Dalam 2 tahun terakhir jumlah tamu yang menginap di Hotel Sinar Kabor berkurang maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor di Kab. SIKKA”**.

Dalam penelitian ini dipilih variabel harga, lokasi, promosi, serta pelayanan sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada empat variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sinar Kabor Maumere.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor ?
4. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor ?
5. Apakah harga, promosi, lokasi serta pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, adapun tujuan dalam pembuatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor.
5. Untuk mengetahui harga, lokasi, promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menginap di Hotel Sinar Kabor.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Aspek akademis

Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan rujukan bagi upaya pengembangan bagi perusahaan, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap konsep pelaksanaan upaya pengaturan harga, manfaat lokasi, pembuatan promosi, peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan serta mempertahankan loyalitas pengunjung.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini di harapkan memberikan manfaat bagi Hotel Sinar Kabor selaku industri jasa agar dapat memahami perilaku konsumen sehingga dapat menjadi informasi untuk pengembangan usaha.

3. Aspek Praktis

- a. Bagi Hotel sinar kabor di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat tolak ukur keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel,serta memberikan masukan dan saran berkaitan evaluasi tersebut.
- b. Penelitian ini di harapkan memberikan kemudahan sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan – rekan dan para dosen serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.