

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman serba teknologi, persaingan dalam dunia bisnis terus menjadi ketat. Kenyataan itu didukung dengan banyaknya industri yang tidak mampu bersaing sehingga harus dilikuidasi. Untuk itu setiap perusahaan harus memiliki strategi agar mampu bertahan menghadapi pesaingnya demi keberlangsungan jangka panjang perusahaan.

Hotel ialah satu dari keseluruhan tipe penginapan dengan menggunakan beberapa ataupun totalitas buat jasa layanan kamar inap, siap dengan santapan serta minuman dan layanan yang lain untuk warga universal yang dikelola secara komersil (Ikhsan dan Prianthara 2008:1). Kunci terpenting yang perlu diperhatikan dalam perusahaan jasa adalah bagaimana cara melihat kebutuhan dan keinginan konsumen atas jasa yang diberikan, karena keputusan konsumen akan membuat mereka kembali menggunakan jasa tersebut.

Luminor Hotel Sidoarjo yang merupakan jaringan hotel *Waringin Hospitality Group* yang terletak di wilayah pusat kota dengan mudah dapat dijangkau oleh banyak orang dan berdekatan dengan pusat perbelanjaan. Saat ini waringin memiliki 23 hotel kelas bisnis yang tersebar di sejumlah kota di Indonesia, diantaranya Bandung, Jakarta, Jambi, Kalimantan, Purwokerto, Sidoarjo dan Surabaya. Sehingga dapat menjadi hotel pilihan para wisatawan nusantara maupun mancanegara, baik dari kalangan keluarga maupun pebisnis. Karenanya, kualitas layanan terus ditingkatkan begitupula proses dalam

penerimaan tamu baik tamu yang langsung datang *Walk in Guest* (WIG) atau tamu yang melakukan pemesanan melalui *Travel Agent Online* (OTA) untuk menginap dengan memilih tipe kamar, fasilitas, layanan dengan sistem pendukungnya. Pada dikala ini banyak orang lebih memilah memesan kamar hotel melalui aplikasi smartphone mereka dan dengan adanya Online Travel Agent (OTA) berperan penting dalam penjualan kamar hotel yang semakin meningkat setiap harinya.

Maka dari itu seiring dengan berkembangnya Online Travel Agent (OTA) dan kondisi di operasional hotel tersebut maka penulis mengangkat suatu judul yaitu :

“PERANAN *ONLINE TRAVEL AGENT* DI ERA DIGITAL SEBAGAI SARANA PENJUALAN KAMAR HOTEL DI LUMINOR HOTEL SIDOARJO“

1.2 Rumusan Masalah

Menurut penjelasan sanagat ringkas, hingga penulis membuat rumusan rmasalah selaku berikut :

1. Bagaimana peranan Online Travel Agent (OTA) di era digital sebagai sarana penjualan kamar di Luminor Hotel Sidoarjo ?
2. Bagaimana potensi peluang, kekuatan, kelemahan, serta ancaman Luminor Hotel Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai terhadap judul diangkat penulis maka obyek penelitian ini adalah :

1. Mengetahui peranan *Online Travel Agent* (OTA) di era digital sebagai sarana penjualan kamar di Luminor Hotel Sidoarjo
2. Mengetahui potensi kekuatan, kelemahan, peluang beserta ancaman di Luminor Hotel Sidoarjo

1.4 Manfaat penelitian.

Manfaat dari penelitian tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu :

1.4.1 Bagi Penulis

- a. Mengetahui pengetahuan tentang hotel secara langsung
- b. Berfungsi sebagai alat untuk mengamalkan teori yang didapat selama berkuliah supaya penulis dapat menaikkan pengetahuan praktis mengenai permasalahan yang diatasi pihak hotel
- c. Menambah pengetahuan tentang *Online Travel Agent* (OTA)

1.4.2 Bagi Perusahaan (Luminor Hotel Sidoarjo)

- a. Membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan kamar hotel melalui *Online Travel Agent* (OTA)
- b. Sebagai evaluasi dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pasar yang harus dilakukan

1.4.3 Bagi STIE Mahardika

- a. Mahasiswa memahami pengertian dan peran *Online Travel Agent* (OTA)
- b. Menjadi pengetahuan baru bagi mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan dalam dunia kerja