

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perhotelan di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat, dan terlebih lagi Bandung sebagai kota wisata. Perkembangan ini seiring dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi untuk kegiatan bisnis maupun berwisata di Bandung. Karena kebutuhan jasa hotel yang semakin meningkat, maka hal ini mendorong semakin banyaknya pendirian perusahaan perhotelan. Hal ini pula lah yang menyebabkan persaingan di antara perusahaan hotel semakin meningkat. Perusahaan-perusahaan perhotelan yang ada dituntut untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan demikian konsumen akan merasa puas sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelanggan, dan secara tidak langsung perusahaan perhotelan dapat memperluas pasarnya karena semakin banyak orang-orang yang mengenal perusahaannya.

Salah satu hotel yang terus berkembang adalah Hotel Majesty, yang terletak di Jln. Surya Sumantri No.91 , Bandung. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2004 di Bandung. Hotel ini memiliki 69 unit yang terdiri dari : Super Deluxe: 19 unit, Junior Suit : 25 unit, Executive Suite: 2 unit, Family Suit: 9 unit, Superior Suit: 7 unit, Grand Suit: 5 unit, Executive Grand Suite: 2 unit.

Hotel ini terus melakukan berbagai macam perbaikan, dalam menarik minat kosumen seperti melakukan berbagai macam promosi. Promosi yang pernah dilakukan antara lain menyelenggarakan BBQ Nite setiap sabtu malam dengan harga net Rp.65.000 perorang, memberikan hadiah sebanyak enam tiket penerbangan ke Bali dan Singapura bagi tamu hotel yang menginap pada pergantian tahun, memberikan promosi Holiday School Promo, Ramadhan Promo, dan hotel Majesty juga mengadakan kegiatan sosial seperti khitanan masal. Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh, ternyata perbaikan yang dilakukan tidak memberi dampak yang signifikan. Hal ini dapat terlihat dari

tingkat hunian mulai dari Januari sampai dengan Agustus selama tahun 2009 rata-rata sebesar 75%. Sementara, pada tahun 2008, tingkat hunian dapat mencapai 80%. Kenaikan tingkat hunian hotel Majesty pernah terjadi pada tahun 2007 yaitu sebesar 7,02%, dan tahun 2008 sebesar 11,12%. Berdasarkan data tersebut, pihak manajemen ingin melakukan perbaikan, tetapi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, terutama terhadap pelanggan yang pernah menempati hotel Majesty agar mereka dapat memilih hotel Majesty untuk digunakan pada waktu berikutnya, sehingga pada akhirnya dapat berdampak pada meningkatnya kembali tingkat hunian di Hotel Majesty.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak manajemen hotel, masalah yang dihadapi oleh adalah terjadinya penurunan tingkat hunian.

Hal ini mungkin dikarenakan oleh beberapa hal berikut :

- Pihak manajemen kurang memahami hal-hal apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih penginapan, khususnya hotel.
- Pihak manajemen kurang tepat dalam melakukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning*.
- Perbaikan yang dilakukan oleh pihak manajemen, tidak sesuai dengan kebutuhan pangsa pasar yang dituju.
- Pelayanan yang diberikan Hotel Majesty kurang memuaskan bagi pengunjung sehingga pelanggan tidak berniat lagi untuk kembali ke hotel Majesty.
- Adanya penurunan daya beli masyarakat.

1.3 Pembatasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, kemampuan peneliti dan agar masalah yang dibahas dalam penelitian tugas akhir ini tidak terlalu luas, maka penulis perlu membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas. Berikut ini adalah pembatasan masalah yang dilakukan :

1. Pada penelitian ini tidak membahas masalah persaingan hotel

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Hotel Majesty ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi pelanggan untuk menginap kembali di hotel Majesty?
3. Strategi apa yang tepat yang harus dilakukan Hotel Majesty untuk meningkatkan tingkat hunian berdasarkan tingkat kepuasan pengunjung saat ini?
4. Apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi hotel Majesty?
5. Bagaimanakah strategi yang harus dilakukan hotel Majesty dilihat dari analisis SWOT?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Hotel Majesty.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pelanggan untuk menginap kembali di hotel Majesty.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang tepat yang harus dilakukan Hotel Majesty untuk meningkatkan tingkat hunian berdasarkan tingkat kepuasan pengunjung saat ini.
4. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi hotel Majsety.
5. Untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan hotel Majesty dilihat dari analisis SWOT.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang terjadi, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dan digunakan sebagai dasar pemikiran penulis dalam memecahkan permasalahan dan memberi solusi.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi langkah-langkah penelitian yang sistematis untuk menuntun selama melakukan penelitian dimulai hingga selesai.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi data umum perusahaan, struktur organisasi dan data-data yang telah dikumpulkan untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data.

Bab 5 Pengolahan Data Dan Analisis

Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai pengolahan data sesuai dengan data-data yang sudah diperoleh pada bab sebelumnya serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

Bab 6 Kesimpulan Dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengolahan data yang telah dianalisis, juga berisi saran-saran kepada pihak perusahaan.