

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan semakin majunya pertumbuhan perekonomian Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut diakibatkan oleh perkembangan sektor industri yang semakin pesat, baik industri migas maupun industri non migas. Salah satu industri non migas yang sangat berperan dalam menaikkan perekonomian Indonesia saat ini adalah industri pariwisata.

Industri jasa perhotelan tidak saja menunjang industri pariwisata di Indonesia, tetapi juga mampu mendukung industri-industri lain, baik migas maupun non migas. Dengan meningkatnya volume perdagangan di Indonesia serta adanya ekspansi jaringan perusahaan ke seluruh wilayah Indonesia, hal ini akan mendorong para usahawan untuk melakukan perjalanan bisnis yang secara tidak langsung akan meningkatkan tuntutan akan tempat tinggal sementara yang layak dihuni.

Dikarenakan tuntutan tempat hunian di berbagai kota maka bermunculan industri jasa perhotelan yang merupakan salah satu industri non migas. Akan tetapi dampak yang muncul dengan banyaknya investor yang masuk dalam industri ini tentu saja membuat persaingan dalam industri jasa perhotelan menjadi semakin marak.

“Le Aries, *Garden Hotel & Cafe*”, adalah salah satu hotel dari sekian banyak hotel yang turut meramaikan persaingan dalam industri jasa perhotelan di kota Bandung. Banyaknya persaingan di Bandung ini disebabkan karena Bandung merupakan ibukota provinsi Jawa Barat yang merupakan salah satu pintu gerbang dan lokasi transit bagi para wisatawan untuk menuju lokasi-lokasi tujuan wisata yang banyak tersebar di Jawa Barat.

Melihat jumlah hotel yang ada di Bandung, serta semakin meningkatnya jumlah kunjungan ke Bandung, “Le Aries, *Garden Hotel & Cafe*” membutuhkan suatu strategi baru untuk mengantisipasi kondisi persaingan tersebut. Hotel Le Aries

menyatakan adanya penurunan persentase rate menginap dari tahun sebelumnya, 2003 bila dibandingkan dengan tahun 2004. Data yang didapat mengenai penurunan tersebut antara lain dari data kamar yang terjual di Hotel Le Aries dapat mencapai lebih dari 70 % atau sekitar 25 sampai 30 kamar terjual untuk hari biasa, dan untuk hari libur sudah dipastikan penuh dengan diperbolehkannya sistem “*booking*” sebelum tamu datang. Akan tetapi data yang didapat dari tahun 2004 sampai dengan sekarang, kamar yang terjual untuk hari biasa hanya berkisar pada 50 % atau sekitar 15 sampai 20 kamar terjual, dan untuk hari libur masih terdapat kamar kosong sekitar 10% dari total kamar yang tersedia di Hotel Le Aries.

Setelah dilakukan wawancara dengan pihak hotel, didapat informasi penyebab penurunan tersebut salah satunya adalah banyaknya hotel-hotel yang ada di Bandung dengan kualitas bintang hotel yang beraneka ragam. Dengan ini Hotel Le Aries membutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat, dimana strategi tersebut tidak hanya mampu mempertahankan tingkat huniannya, tetapi sekaligus meningkatkannya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan awal yang penulis lakukan, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

- Tingkat persaingan hotel yang tinggi di Kota Bandung
- Faktor-faktor dalam Hotel Le Aries itu sendiri itu yang kurang baik.

(meliputi aspek internal organisasi, aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek SDM, dan aspek lainnya) yang dapat mendorong hotel untuk dapat menganalisis strategi yang harus dijalankan untuk mengantisipasi keadaan persaingan.

Sebagai sebuah perusahaan yang berorientasi kepada pelayanan, efisiensi, keuntungan, maka permasalahan utama tersebut harus dengan segera dicari jalan keluarnya, sehingga Hotel Le Aries dapat bersaing dengan para pesaingnya dengan strategi pemasaran yang tepat.

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Untuk menjaga penelitian tidak berkembang tanpa arah dan terlalu luas sehingga tidak objektif lagi, maka penulis membuat batasan-batasan dan asumsi-asumsi tertentu.

Dalam penelitian ini diperlukan pendekatan yang menyeluruh terhadap aspek-aspek yang berpengaruh dalam bisnis perhotelan, misalnya aspek teknis, desain arsitektur, konstruksi, pendanaan, organisasi, dan lain-lain. Tetapi untuk tugas akhir ini lingkup penelitian akan dibatasi pembahasan usulan strategi pemasaran yang akan diterapkan di Hotel Le Aries.

Asumsi yang digunakan adalah situasi ekonomi dan politik di Indonesia dianggap stabil pada saat dilakukan penelitian.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada sub bab pertama maka dapat dirumuskan masalah-masalah yang ada antara lain:

- Bagaimana kondisi internal dan eksternal dari Hotel Le Aries?
- Alternatif-alternatif strategi apakah yang dapat dikembangkan dengan menggunakan *SPACE matrix* yang dapat diterapkan pada Hotel Le Aries?
- Bagaimana usulan suatu strategi pemasaran yang tepat yang mampu dijalankan oleh Hotel Le Aries berdasarkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada tugas akhir ini pada prinsipnya memiliki tujuan sebagai berikut :

- Mengetahui kondisi internal dan kondisi eksternal dari Hotel Le Aries.
- Merumuskan alternatif-alternatif strategi perusahaan yang dapat dikembangkan pada Hotel Le Aries dengan menggunakan input dari hasil *SPACE matrix*.

- Merencanakan usulan suatu strategi pemasaran yang tepat yang mampu dijalankan oleh Hotel Le Aries berdasarkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang dilakukannya penelitian, dimana terdapat pandangan mengenai industri jasa perhotelan belakangan ini. Kemudian dipaparkan juga mengenai perumusan masalah, identifikasi masalah tujuan penelitian, batasan dan asumsi, serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi, yang dapat digunakan sebagai kerangka berpikir selama penelitian dan menjadi dasar pemecahan masalah yang nanti akan ditemui pada saat pengolahan dan analisis data.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dibahas tentang logika dan metodologi yang digunakan dalam penelitian dan dalam pemecahan masalah yang mungkin timbul.

Bab IV Pengumpulan Data

Pada bab ini terdapat uraian tentang Le Aries, Garden Hotel & Cafe, beserta data-data yang dikumpulkan selama dilakukannya penelitian beserta cara pengumpulan data yang didapat, yang untuk selanjutnya data tersebut dipakai untuk penentuan strategi pemasaran di Hotel Le Aries.

Bab V Pengolahan dan Analisis Data

Bab ini berisi pengolahan dan analisis serta pembahasan mengenai hasil data yang diperoleh dan telah diolah berdasarkan teori yang sudah ada, dan juga memuat pembahasan mengenai analisis hasil-hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Pada bab ini memuat mengenai usulan strategi pemasaran yang tepat bagi Hotel Le Aries.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi ulasan kesimpulan dari pembahasan dan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya serta rekomendasi bahan masukan untuk pihak perusahaan maupun untuk penelitian lebih lanjut.