

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini Bandung dikenal sebagai wisata belanja, baik oleh penduduk Kota Bandung sendiri maupun kota-kota sekitarnya. Pariwisata merupakan salah satu keunggulan Kota Bandung. Oleh sebab itu, industri perhotelan merupakan bagian kepariwisataan yang sangat penting dan menjanjikan.

Pada masa sekarang bermacam-macam jenis hotel sangat mudah ditemukan di Bandung. Berdasarkan data Pemerintah Kota Bandung terdapat 196 buah hotel di Bandung (www.bandung.go.id) pada awal tahun 2007. Ini berarti konsumen akan semakin mudah dalam mendapatkan jasa akomodasi yang relatif murah dengan berbagai pilihan dan variasinya. Hal tersebut berimplikasi terhadap tingginya persaingan usaha perhotelan. Karena itu setiap hotel di Bandung harus mampu memenuhi keinginan konsumen pasar yang menjadi sasarannya.

Setiap konsumen melakukan pertimbangan yang cukup kompleks dalam menentukan jasa akomodasi mana yang akan mereka gunakan. Pertimbangan yang dilakukan konsumen itu dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kesalahan perusahaan dalam menilai perilaku konsumen dapat berakibat fatal, misalnya berakibat pada berkurangnya minat konsumen untuk kembali lagi yang pada akhirnya dapat menurunkan tingkat penjualan. Oleh karena itu, data yang sebenarnya mengenai perilaku konsumen sangat dibutuhkan perusahaan untuk menetapkan upaya-upaya yang tepat yang perlu dilakukan untuk mencapai target penjualan.

Hotel Mutiara merupakan salah satu hotel berbintang tiga yang telah berdiri di Bandung sejak tahun 1976. Saat ini tingkat penjualan Hotel Mutiara menurun dibandingkan tahun lalu sebesar 40% pada hari biasa dan 20% pada hari libur. Untuk itu, pihak Hotel Mutiara berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitasnya sehingga konsumen

mendapatkan produk dan pelayanan yang lebih baik. Dengan adanya peningkatan kualitas, maka pihak Hotel Mutiara berharap dapat meningkatkan tingkat penjualannya kembali.

1.2 Identifikasi Masalah

Kemungkinan-kemungkinan permasalahan yang dihadapi pihak Hotel Mutiara adalah sebagai berikut:

1. Persaingan hotel yang semakin ketat, baik dengan hotel yang sekelas maupun berbeda kelas.
2. Adanya ketidakpuasan konsumen.
3. Pihak hotel tidak mengetahui dengan pasti bagaimana perilaku konsumennya dan faktor-faktor apa yang paling dipertimbangkan konsumen dalam proses keputusan memilih untuk menginap di Hotel Mutiara karena belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya.
4. Pihak hotel tidak mengetahui dengan pasti bagaimana segmentasi pasarnya karena belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, maka dilakukan pembatasan masalah agar lebih terarah. Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *point* 3 dan 4 dari sub-bab 1.2 (identifikasi masalah). Pembatasan masalah dan asumsi yang berkaitan dengan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- Penelitian difokuskan pada perilaku konsumen khususnya proses keputusan pembelian dan faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat menginap yang akan mereka gunakan; serta segmentasi pasar dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaing.
- Model perilaku konsumen yang digunakan adalah model perilaku konsumen dari Philip Kotler.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang berhubungan dengan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik segmen konsumen dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaingnya?
2. Faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk dan jasa dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaingnya?
3. Bagaimana perilaku konsumen dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaingnya?
4. Upaya apa saja yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan tingkat penjualan Hotel Mutiara?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik segmen konsumen dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaingnya.
2. Mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk dan jasa dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaingnya.
3. Menganalisis perilaku konsumen dari Hotel Mutiara dan hotel-hotel pesaingnya.
4. Memberikan usulan mengenai upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan tingkat penjualan Hotel Mutiara.

1.6 Sistematika Penulisan

1. Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan pengamatan, serta sistematika penulisan.

2. Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang menunjang dan berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi.

3. Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang urutan-urutan penelitian penyusunan tugas akhir ini. Pada bab ini dilengkapi dengan diagram alir (*flowchart*) dan keterangan sehubungan dengan diagram alir (*flowchart*) tersebut.

4. Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi pengumpulan data-data perusahaan, hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang diperlukan dalam melakukan penelitian.

5. Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Pada bab ini data-data yang telah dikumpulkan pada bab sebelumnya diolah, kemudian dilakukan analisis dan dibuat usulan terhadap hasil pengolahan data tersebut.

6. Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan laporan tugas akhir ini dan saran sebagai masukan bagi pihak perusahaan dalam memecahkan masalah yang dihadapi.