

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Sektor pariwisata di Indonesia sebagai salah satu aset perekonomian nasional sejak beberapa tahun terakhir berkembang semakin pesatnya. Indikatornya ini bisa dilihat dari munculnya berbagai lembaga pendidikan pariwisata, baik yang dikelola swasta atau pemerintah, menjamurnya biro perjalanan pariwisata, dibukanya berbagai obyek wisata baru dan juga renovasi objek wisata lama dengan segala fasilitas pendukungnya, termasuk disini munculnya berbagai hotel dengan membawa *style* tersendiri mulai dari hotel melati hingga berbintang.

Dengan ini banyak perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan sehingga antara satu dengan yang lain saling bersaing untuk berebut pasar. Banyak perusahaan perhotelan yang berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen dengan berbagai cara. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditargetkan. Suatu perusahaan tidak akan mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam mencapai tujuan yang telah ditargetkan bila perusahaan tersebut tidak mampu mengembangkan dan memasarkan hasil produksinya. Oleh sebab itu perusahaan perhotelan dalam melaksanakan aktifitasnya untuk

mencapai tujuan yang telah ditargetkan, harus benar-benar diperhatikan faktor pemasaran khususnya dalam bidang *advertising* dan kebijaksanaan harga.

Dengan berhasilnya suatu perusahaan dalam kebijaksanaan harga dan *advertising*, hal ini akan mendukung keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya. Selama ini Hotel Klub Bunga Butik Resort dalam memberikan potongan harga kepada konsumen relatif masih kecil dibanding dengan pesaingnya. Begitu pula dengan pelaksanaan *advertising*, yang terbatas dan tidak kontinyu serta pemberian potongan guna meningkatkan penjualan kamar, sehingga mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Batu sebagai daerah tujuan wisata dari tahun ketahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini bisa dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan asing maupun domestik yang berlibur ke Batu. Dengan melihat perkembangan yang sangat pesat tersebut maka dapat dikatakan Kota Batu sangat baik dan menjanjikan dengan pola kenaikan jumlah kunjungan yang terus-menerus. Tentunya dengan meningkatnya jumlah wisatawan akan muncul persaingan antar sesama hotel.

Mengingat kegiatan kebijaksanaan harga dan *advertising* sangat penting dalam meningkatkan jumlah penjualan kamar, maka penulis ingin mengkaji masalah tersebut. Oleh karena itu pelaksanaan kebijaksanaan harga dan *advertising* perlu mendapat perhatian dari

segala pihak khususnya pada Hotel Klub Bunga Butik Resort yang bidang pekerjaannya menjual jasa. Dimana hal tersebut selama ini masih kurang mendapatkan perhatian yang serius.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa pentingnya pelaksanaan kebijaksanaan harga dan *advertising* guna menunjang keberhasilan Hotel Klub Bunga Butik Resort maka penulis tertarik membahas masalah tentang “Pengaruh kebijaksanaan harga dan *advertising* guna meningkatkan volume penjualan kamar pada Hotel Klub Bunga Butik Resort Batu”.

B. Perumusan Masalah

Sehubungan masalah diatas, untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya yaitu pemecahan masalah agar mengenai sasaran maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh kebijaksanaan harga dan *advertising* guna meningkatkan volume penjualan kamar Hotel Klub Bunga Butik Resort yang beralamat di Jalan Kartika No. 1 Batu”.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kebijaksanaan harga dan *advertising* berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan kamar pada Hotel Klub Bunga Butik Resort.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan volume penjualan kamar pada Hotel Klub Bunga Butik Resort.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan-keputusan manajerial perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang didapat penulis selama masa perkuliahan terutama yang menyangkut masalah pengaruh harga suatu produk dan kegiatan promosinya khususnya *advertising* terhadap peningkatan volume penjualan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan untuk menambah referensi terutama bagi penelitian sejenis atau bagi mereka yang berminat dalam bisnis jasa perhotelan.