

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Perhotelan merupakan salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya dalam perkembangan kepariwisataan di Indonesia. Dilihat dari produk utama hotel adalah penjualan jasa kamar seiring dengan perkembangan tersebut menunjukkan bahwa penjualan jasa kamar berkembang menjadi penjualan berbagai fasilitas yang disediakan.

Malang sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Timur terus berbenah diri, ini bisa dilihat dari menjamurnya biro perjalanan wisata, dibukanya obyek wisata baru dan juga renovasi obyek wisata lama dengan segala fasilitas pendukungnya serta banyak didirikannya hotel yang menyediakan berbagai fasilitas memadai dan mutu pelayanan yang memuaskan. Semua itu ditunjukkan dan diciptakan oleh para pengusaha untuk menarik minat para wisatawan yang berkunjung ke kota Malang.

Persaingan yang ketat memacu perusahaan agar lebih peka dalam menyikapi tindak lanjut terhadap persaingan yang dihadapi. Fungsi dari pemasaran menempati posisi penting dalam mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada konsumen serta memenangkan persaingan yang dihadapi. Agar perusahaan dapat

mencapai tujuannya secara efektif dan efisien serta mampu merebut pasar ditengah persaingan. Maka perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi saluran distribusi dan strategi promosi yang dikenal dengan *marketing mix*. Dalam meningkatkan tingkat hunian jasa kamar yang diinginkan perusahaan akan selalu berusaha agar produk dapat dikenal oleh konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut, Hotel Pelangi Malang yang bergerak di dalam bidang jasa melakukan serangkaian kegiatan promosi yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas.

Berdasarkan uraian diatas dan mengingat pentingnya perilaku sebagai sarana komunikasi produsen untuk menarik konsumen didalam memasarkan produk perusahaan, maka penulis berkeinginan meneliti lebih lanjut dengan memilih judul : “Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Jasa Kamar Pada Hotel Pelangi Malang”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dirumuskan permasalahan penelitian adalah : “Bagaimana pengaruh bauran promosi yang efektif terhadap peningkatan hunian kamar pada Hotel Pelangi Malang”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh bauran produksi untuk meningkatkan tingkat hunian jasa kamar pada Hotel Pelangi Malang.
2. Untuk menentukan mana diantara bauran promosi yang paling dominan terhadap peningkatan tingkat hunian jasa kamar pada Hotel Pelangi Malang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian dilakukan agar hasilnya dapat digunakan baik oleh perusahaan maupun bagi peneliti sendiri

1. Bagi peneliti

Peneliti ini dapat dijadikan sebagai dasar perbandingan sampai sejauh mana teori-teori yang telah didapat selama berada di bangku kuliah.

2. Bagi perusahaan

Sebagai masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai bauran promosi untuk meningkatkan hunian kamar dan untuk mendapatkan keuntungan.

3. Bagi pihak lain

Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang berkepentingan