

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Dengan adanya perkembangan jaman dan perubahan dunia usaha serta perekonomian, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang konsumsi maupun jasa cenderung meningkat. Berawal dari kebutuhan-kebutuhan yang bersifat pokok berkembang kepada barang dan jasa yang sifatnya sekunder, termasuk didalamnya kebutuhan yang bersifat rekreatif.

Malang sebagai kota kedua terbesar di Jawa Timur sejak lama telah dikenal sebagai daerah yang mempunyai potensi wisata yang cukup menggiurkan, ini terlihat dari banyaknya investor yang melirik bisnis perhotelan. Suasana kota bunga dan pendidikan yang berhawa sejuk dan tenang dengan berbagai obyek wisata alam, bangunan bersejarah dan budayanya semakin memperkokoh kota ini sebagai garda depan pariwisata.

Salah satu komponen industri pariwisata yang besar perannya dalam perkembangan kepariwisataan di Indonesia adalah bidang usaha perhotelan. Dilihat dari fungsi iramanya, produk utama hotel adalah kamar (jasa penginapan). Sejalan dengan perkembangan tersebut, maka kalau sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau

penginapan sekarang sudah mengalami perkembangan. Konsumen mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar untuk menginap saja, tetapi juga mengharapkan hal lain seperti pelayanan, suasana yang diinginkan dan mendapatkan kesan yang positif dari hotel tempat mereka menginap.

Persaingan yang sangat ketat memacu perusahaan agar lebih peka dalam menyikapi dan memberi tindak lanjut terhadap kondisi persaingan yang ada. Fungsi pemasaran menempati posisi penting dan menentukan bisnis perusahaan. Promosi memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada konsumen serta memenangkan persaingan yang ada. Promosi juga dilakukan untuk menanamkan citra perusahaan itu sendiri dan produk atau jasa yang ditawarkan kedalam benak konsumen yang selanjutnya dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan yaitu berupa persepsi dan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Faktor-faktor yang terkandung dalam bauran promosi antara lain : *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, dan publisitas merupakan hal yang sangat penting dan perlu dipertimbangkan dalam rangka strategi pencapaian tujuan perusahaan.

Advertising merupakan cara penyajian non personal dan promosi ide, barang/jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. *Sales promotion* adalah bentuk persuasi

langsung melalui berbagai insentif yang dapat diukur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang/jasa yang dibeli pelanggan. *Personal selling* adalah komunikasi langsung/tatap muka antara penjual dan calon konsumen untuk mempertahankan suatu produk kepada calon konsumen. *Publisitas* merupakan fungsi pemasaran yang menilai sikap publik, menentukan kebijaksanaan seseorang, organisasi, serta merencanakan dan melakukan program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Dalam hal ini bauran promosi yang telah dilaksanakan oleh Hotel Kalpataru Malang berupa periklanan (*Advertising*), penjualan individu (*Personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*), sedangkan kegiatan dari penjualan individu adalah bekerja sama dengan biro-biro wisata dan perjalanan, promosi yaitu mengikuti pameran pariwisata yang diselenggarakan secara nasional, serta untuk periklanan media yang digunakan meliputi media cetak dengan penyebaran brosur, surat kabar, spanduk, baliho serta media elektronik yaitu televisi maupun internet.

Di samping itu perusahaan dituntut untuk bisa meninjau kembali bauran promosi yang dipergunakan dan selalu dapat menarik konsumen dan dapat dikenal masyarakat luas, maka bauran promosi sebagai alat komunikasi sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan bauran promosi dapat membantu dalam memperluas

pengenalan produk suatu barang/jasa perusahaan terhadap konsumen.

Dari uraian di atas, maka penulis ingin mengetahui dan meneliti lebih jauh tentang kegiatan pemasaran di Hotel Kalpataru Malang, khususnya tentang seberapa pentingnya bauran promosi dapat meningkatkan penjualan jasa kamar, sehingga memilih judul: "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN JASA KAMAR PADA HOTEL KALPATARU MALANG".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah penelitian sehingga dapat dirumuskan masalah:

1. Bagaimana pengaruh bauran promosi (personal selling, promosi penjualan dan periklanan) terhadap penjualan jasa kamar pada Hotel Kalpataru Malang dapat meningkat?
2. Bauran promosi manakah yang berpengaruh dominan terhadap penjualan jasa kamar pada Hotel Kalpataru Malang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan mempunyai beberapa tujuan, antara lain:

1. Untuk mendiskripsikan pelaksanaan bauran promosi yang sudah dilakukan oleh Hotel Kalpataru Malang
2. Untuk menganalisis pengaruh bauran promosi (personal selling, promosi penjualan dan periklanan) terhadap jumlah penjualan jasa kamar Hotel Kalpataru Malang

3. Untuk mengetahui bauran promosi yang paling berpengaruh (dominan) terhadap jumlah penjualan jasa kamar Hotel Kalpataru Malang

D. Kegunaan Penelitian

Ada beberapa manfaat penelitian bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Memberi pengalaman untuk dapat mengetahui masalah-masalah yang dihadapi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya dan mengetahui sampai sejauhmana teori yang diperoleh selama kuliah dapat membantu pemecahan masalah perusahaan dalam bentuk dunia praktek.

2. Bagi Lembaga

Dapat dijadikan perbandingan bagi mahasiswa lain tentang teori dan pelaksanaan nyata dalam dunia usaha.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi sehingga dapat memberi alternatif pemecahan masalah yang sesuai dengan situasi dan kondisi dan kemampuan perusahaan serta sebagai bahan perbandingan atas langkah-langkah yang telah atau yang sedang diambil dalam kebijakan promosi perusahaan.

4. Bagi keilmuan

Sebagai bahan perbandingan dan untuk menambah referensi, terutama bagi peneliti yang mempunyai tujuan yang sama.