

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara kepulauan yang banyak memiliki keindahan alam yang menakjubkan, mulai dari laut hingga gunung. Indonesia juga negara kepulauan yang memiliki berbagai macam adat istiadat dan berbeda di setiap daerah. Budaya yang berbeda di setiap daerah ini menjadi suatu daya tarik sendiri bagi para wisatawan terutama wisatawan mancanegara karena budaya di Indonesia memiliki suatu nilai yang tidak hilang meskipun zaman sudah berkembang. Budaya yang unik ini menjadi suatu alasan mengapa Indonesia harus melestarikannya karena akan menguntungkan negara dan juga untuk menjaga agar budaya yang ada tidak hilang tergerus oleh zaman modern. Keuntungan memelihara kebudayaan adalah agar kita tetap memegang teguh budaya yang sudah turun-menurun dan juga dalam sektor pariwisata dapat menarik wisatawan terutama wisatawan mancanegara yang bisa dikatakan tidak memiliki budaya seperti budaya dan keindahan alam yang dimiliki oleh Indonesia.

Budaya serta keindahan alam Indonesia menarik wisatawan juga memiliki keuntungan terutama bagi sektor pariwisata karena dengan datangnya wisatawan tersebut dapat secara tidak langsung memperkenalkan budaya Indonesia dan mungkin akan dipromosikan di negara wisatawan tersebut berasal. Selain itu pula, menjadi keuntungan bagi Indonesia karena dengan datangnya wisatawan maka devisa negara Indonesia akan bertambah.

Perkembangan sektor pariwisata di Pulau Bali sangat berkembang pesat, hal ini dibuktikan oleh adanya peningkatan wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Dinas Pariwisata Provinsi Bali menyebutkan bertambahnya wisatawan yang datang ke Bali pada Tabel 1.1 berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara yang**  
**berkunjung ke Bali**  
**Tahun 2010-2014**

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Nusantara (orang)</b>	<b>Wisatawan Mancanegara (orang)</b>	<b>Total Jumlah Wisatawan (orang)</b>	<b>Total Jumlah Wisatawan (%)</b>	<b>Jumlah Pertumbuhan (%)</b>
2010	4.646.343	2.385.122	7.031.465	15,8	-
2011	5.675.121	2.576.142	8.251.263	18,5	2,7
2012	6.063.558	2.826.709	8.890.267	19,9	1,4
2013	6.979.536	3.278.598	10.258.134	23	3,1
2014	6.394.307	3.766.638	10.160.945	22,8	-0,2
Total	29.758.865	14.833.209	44.592.074	100	
Rata-Rata	5.951.773	2.966.642	8.918.415		

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2015.

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa pariwisata Bali dikenal baik oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Industri pariwisata di Bali juga mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan yang dimaksud adalah semakin banyaknya pembangunan hotel dari berbagai klasifikasi mulai dari hotel melati, bintang 1 hingga 5 bahkan sekarang mulai dibangun beberapa motel dan *homestay*, juga dibangunnya berbagai sarana dan prasarana yang menunjang *attraction* dan *anciliary*. Salah satu daerah di Bali yang sangat berkembang pesat dalam hal pariwisata Bali adalah Kuta.

Kuta merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Badung, Bali, Indonesia. Kuta memiliki pantai bernama Pantai Kuta yang cukup terkenal di seluruh dunia. Selain itu Kuta juga berkembang dalam hal akomodasi bagi wisatawan di antaranya yang terletak di daerah ini adalah Bandar Udara Ngurah Rai yang sangat dekat dengan Pantai Kuta. Perkembangan penginapan daerah Kuta juga berkembang mengingat daerah ini adalah kawasan yang dikenal oleh wisatawan semenjak dulu. Badan Pusat Statistik (BPS) Bali menyebutkan perkembangan pembangunan hotel yang berada di beberapa kabupaten di Bali. Angka ini menunjukkan bahwa setiap tahun, perkembangan pembangunan hotel terus meningkat dan mengindikasikan Bali masih menjadi salah satu tempat berlibur yang banyak dicari. Badung, di antaranya kawasan Kuta juga berkembang setiap tahunnya.

Tuban adalah salah satu kelurahan yang berada di kawasan Kuta. Kuta memiliki 5 desa, desa tersebut adalah Kedonganan, Tuban, Kuta, Legian, dan Seminyak. Beberapa hotel berbintang mulai dari bintang 5 hingga bintang 1 banyak di bangun di Kawasan Kuta karena Kawasan ini termasuk lokasi yang strategis dan dekat dengan berbagai destinasi perbelanjaan dan dekat dengan Pantai Kuta yang terkenal. Di kawasan ini juga terdapat beberapa *mall* yang banyak dikunjungi oleh wisatawan karena lokasinya yang sangat mudah dicapai. Beberapa hotel berbintang 5 dan berbintang 4 di Desa Tuban, diantaranya adalah pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Hotel Berbintang 5 dan Hotel Berbintang 4 di Desa Tuban Kabupaten**  
**Badung, Bali**

<b>Hotel Bintang 5</b>	<b>Hotel Bintang 4</b>
Ramada Bintang Bali	Bintang Kuta Hotel
Discovery Kartika Plaza	Aston Tuban
Holiday Inn Resort	Bali Rani Hotel
Kuta Paradiso	Grand Ixora Hotel

Sumber: Hasil Penelitian, 2015.

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 1.2, terdapat hotel berbintang 4 dan bintang 5 di Desa Tuban. Hotel-hotel pada Tabel 1.2 adalah hotel yang menjadi pesaing bagi Bintang Kuta Hotel. Kriteria sebagai pesaing adalah memiliki harga kamar dan jumlah kamar yang sama, klasifikasi bintang yang setara dan juga lokasi yang berdekatan dengan Bintang Kuta Hotel.

Bintang Kuta Hotel memiliki kamar yang berjumlah 168 kamar, Bintang Kuta Hotel melakukan strategi pemasaran seperti promosi dan kegiatan pemasaran lainnya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan adalah dengan membuat iklan di majalah *travel agent*, ataupun dengan cara pemasaran langsung seperti contohnya berbicara langsung kepada tamu. Sejak hotel ini dibangun sekitar 2 tahun lalu, data *occupancy* yang ada menunjukkan pertumbuhan yang terus meningkat. Berikut adalah tabel data *occupancy* sejak tahun 2013.

**Tabel 1.3**  
**Data Occupancy Bintang Kuta Hotel Tahun 2013 – 2015**

2013		2014	2015
<i>Month</i>	<i>Occupancy (%)</i>	<i>Occupancy (%)</i>	<i>Occupancy (%)</i>
Jan	26,44	81,76	72,58
Feb	59,29	90,35	83,74
Mar	56,18	86,50	81,39
Apr	56,65	80,62	79,76
Mei	70,55	88,94	88,04
Juni	79,86	87,06	85,52
Juli	77,53	80,81	92,40
Aug	85,53	92,42	96,97
Sept	87,46	91,31	85,71
Oct	85,08	87,29	88,40
Nov	90,95	86,92	74,21
Dec	90,05	84,10	77,42
Average	72,13	85,67	83,85

Sumber: *Front Office* Bintang Kuta Hotel, 2015.

Menurut data dalam Tabel 1.3, pada tahun 2013 Bintang Kuta Hotel terhitung sebagai hotel yang baru dibangun, namun data *occupancy* menunjukkan kenaikan pada setiap bulannya, terdapat penurunan *occupancy* namun penurunan tersebut tidak signifikan dan ditutup pada angka 72,13 persen di akhir tahun 2013. Pada tahun 2014 Bintang Kuta Hotel tercatat stabil dengan kenaikan dan penurunan yang tidak terlalu signifikan namun *occupancy* tercatat lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Pada penutupan tahun 2014 tercatat *occupancy* sebesar 85,67 persen. Angka ini lebih besar daripada tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa Bintang Kuta Hotel dapat bersaing dengan hotel-hotel dengan kelas atau

bintang yang sama di sekitarnya. Berikut adalah data perbandingan hotel *competitor* pada tahun 2013, 2014 dan 2015.

**Tabel 1.4**  
**Data Hotel *Competitor* Tahun 2013**

<b>Competitor Information 2013</b>						
<b>No</b>	<b>Hotels</b>	<b>Rooms</b>	<b>Rooms Sold (%)</b>	<b>Rooms Sold</b>	<b>Average Rate</b>	<b>Revenue</b>
1	<b>Bintang Kuta Hotel</b>	<b>168</b>	<b>73,81</b>	<b>124</b>	<b>462,697</b>	<b>57,374,428</b>
2	Grand Whiz Hotel	132	42,42	56	440,202	24,651,312
3	Sun Island Hotel	134	76,12	102	866,841	88,417,782
4	Aston Kuta	215	60,93	131	478,659	62,704,329
5	Bali Rani Hotel	104	62,50	65	564.050	36,663,250
6	Kuta Station Hotel	132	56,82	75	332,735	24,955,125
7	Ramayana Hotel	213	53,52	114	1,462,990	166,780,860
8	Harris Tuban Hotel	64	84,38	54	468,855	25,318,170
9	Boutique Hotel	88	18,18	16	399,541	6,392,656
10	Risata Hotel	108	51,58	56	522.690	29,270,640
11	The Vira Hotel	56	44,64	25	594,314	14,857,850
12	Mercure Harvest Hotel	166	18,67	31	514.720	15,956,320
13	Ibis Hotel	156	27,56	43	365,832	15,730,776
14	Grand Mega Hotel	135	80,00	108	534,525	57,728,700
Subtotal		1871	53,67	1000	8,008,651	626,802,198

Sumber: *Front Office* Bintang Kuta Hotel, 2015.

Menurut data Tabel 1.4, hotel yang menjadi *competitor* Bintang Kuta Hotel adalah hotel yang berada di Kawasan Kuta dan Tuban. Hotel-hotel yang menjadi *competitor* adalah hotel dengan bintang yang sama, lokasi yang sama, jumlah kamar, dan harga kamar. Berdasarkan Tabel 1.4, pada tahun 2013 Bintang Kuta Hotel dapat menjual 73,81 persen kamar. Data tersebut menunjukkan bahwa

Bintang Kuta Hotel dapat bersaing dengan beberapa hotel di kawasan Kuta dan Tuban yang memiliki klasifikasi hotel yang sama dengan Bintang Kuta Hotel. Pada tahun selanjutnya, data hotel *competitor* Bintang Kuta Hotel dijelaskan pada Tabel 1.5.

**Tabel 1.5**  
**Data Hotel *Competitor* Tahun 2014**

<b>Competitor Information 2014</b>						
<b>No</b>	<b>Hotels</b>	<b>Rooms</b>	<b>Rooms Sold (%)</b>	<b>Rooms Sold</b>	<b>Average Rate</b>	<b>Revenue</b>
1	<b>Bintang Kuta Hotel</b>	<b>168</b>	<b>98,81</b>	<b>166</b>	<b>1,072,734</b>	<b>178,073,844</b>
2	Grand Whiz Hotel	132	96,97	128	805,258	103,073,024
3	Sun Island Hotel	134	98,51	132	1,709,053	225,594,996
4	Aston Kuta	215	94,42	203	997,556	202,503,868
5	Bali Rani Hotel	104	100,00	104	1,171,317	121,816,968
6	Eden Hotel	277	97,47	270	513,813	138,729,510
Subtotal		1030	97,70	1003	6,269,731	969,792,210

Sumber: *Front Office* Bintang Kuta Hotel, 2015.

Berdasarkan Tabel 1.5, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2014 Bintang Kuta Hotel hanya memiliki 5 *competitor*. Hal ini dikarenakan kawasan atau ruang lingkup *competitor* diperkecil menjadi hanya dilihat dari aspek lokasi hotel, klasifikasi bintang. *Competitor* Bintang Kuta Hotel pada tahun 2014, adalah beberapa hotel yang berada di sekitar Bintang Kuta Hotel dan memiliki klasifikasi bintang yang sama yakni hotel berbintang 4. Data hotel *competitor* Bintang Kuta Hotel pada tahun selanjutnya yakni tahun 2015 dijelaskan pada Tabel 1.6.

**Tabel 1.6**  
**Data Hotel Competitor Tahun 2015**

<b>Competitor Information 2015</b>						
<b>No</b>	<b>Hotels</b>	<b>Rooms</b>	<b>Rooms Sold (%)</b>	<b>Rooms Sold</b>	<b>Average Rate</b>	<b>Revenue</b>
1	<b>Bintang Kuta Hotel</b>	<b>168</b>	<b>94,87</b>	<b>146</b>	<b>594,398</b>	<b>86,782,108</b>
2	Grand Ixora Hotel	134	65,06	79	383,701	30,312,379
4	Aston Kuta	215	83,20	171	601,640	102,880,440
5	Eden Hotel	277	76,27	186	526,504	97,929,744
Subtotal		794	79,85	777	2,106,243	317,904,671

Sumber: *Front Office* Bintang Kuta Hotel, 2015.

Menurut data hotel *competitor* pada tahun 2013, 2014 dan pertengahan tahun 2015, Bintang Kuta Hotel dapat bersaing di antara beberapa hotel yang berada di Kawasan Kuta dan Tuban. Meskipun hotel ini terhitung hotel baru, namun data *occupancy* Bintang Kuta Hotel cukup tinggi. Berkurangnya jumlah hotel *competitor* dari tahun 2013 ke tahun 2015 dikarenakan faktor yang menjadi pembandingan adalah lokasi, bintang hotel, jumlah kamar, dan harga kamar. Maka dari itu, pihak Bintang Kuta Hotel membandingkan beberapa hotel yang berada di sekitar Bintang Kuta Hotel.

Bintang Kuta Hotel yang terletak di Jl. Kartika Plaza, adalah hotel bintang 4 yang berada di Kawasan Kuta. Bintang Kuta Hotel adalah *sister hotel* dari Ramada Bintang Bali Hotel, kedua hotel tersebut berada didalam manajemen yang sama. Bintang Kuta Hotel terletak di lokasi yang sangat strategis dekat dengan *mall* dan pusat perbelanjaan, dengan mengusung konsep *modern minimalist hotel*



untuk model bangunan, Bintang Kuta Hotel dapat bersaing meskipun terhitung 2 tahun semenjak dibangun pada tahun 2012. Bintang Kuta Hotel memiliki kamar sebanyak 168 yang terdiri dari *deluxe room*, *suite room*, dan *family room*. Harga yang ditawarkan oleh Bintang Kuta Hotel cukup bersaing dengan harga hotel di sekitarnya. Harga masing-masing kamar Bintang Kuta Hotel adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.7**  
**Harga Kamar Bintang Kuta Hotel**

<b>Tipe Kamar</b>	<b>Jumlah Kamar</b>	<b>Harga Kamar</b>
Deluxe Room	158 Kamar	US\$125++
Family Room	6 Kamar	US\$170++
Suite Room	4 Kamar	US\$190++

Sumber: *Front Office* Bintang Kuta Hotel, 2015.

Tabel 1.7 menjelaskan harga kamar yang ditawarkan oleh Bintang Kuta Hotel. Dengan jumlah kamar sebanyak 168 kamar, Bintang Kuta Hotel mampu menjual hingga 100 persen saat *high season*. Dalam operasionalnya, Bintang Kuta Hotel memiliki beberapa segmentasi pasar yakni Indonesia, Asia, dan Overseas (Eropa, Australia, Amerika). Desain bangunan hotel yang bergaya *modern minimalistic*, tim *Sales and Marketing* Bintang Kuta Hotel memiliki target pasar yakni Indonesia atau wisatawan domestik dan wisatawan asia. Setelah mengetahui pasar yang akan dituju, maka tim *Sales and Marketing* Bintang Kuta Hotel melakukan berbagai kegiatan untuk mempromosikan Bintang Kuta Hotel. Kegiatan yang dilakukan ada 2 cara yakni pemasaran secara langsung dan pemasaran tidak langsung. Pemasaran langsung berupa kegiatan *sales call*. *Sales* seorang *sales and marketing* akan pergi ke beberapa *travel agent* untuk

mengenalkan Bintang Kuta Hotel. Sedangkan pemasaran tidak langsung berupa brosur, atau membuat iklan di majalah. Adapun pameran atau *expo* yang dilakukan pihak *Sales and Marketing Department* Bintang Kuta Hotel dalam rangka untuk mempromosikan hotel. Berikut ini adalah kegiatan *Sales and Marketing Department* Bintang Kuta Hotel.

**Tabel 1.8**  
**Data Kegiatan *Sales and Marketing* serta alokasi dana Bintang Kuta Hotel Tahun 2015**

No	Strategi Pemasaran	Alokasi Dana
1	<i>Travel Agent Online</i>	248.571.000
2	<i>Early Bird</i>	
3	<i>Last Minute Promo</i>	
4	<i>Honeymoon Benefit</i>	
5	<i>Travel Agent Offline</i>	89.872.000
6	<i>Marketing Tools</i>	
7	<i>Sales Kit</i>	
8	<i>Administrasi</i>	44.678.000
9	<i>Telemarketing</i>	
10	<i>Sales Call</i>	
11	<i>Trade Show</i>	115.000.000
12	<i>Travelling Expo</i>	90.000.000
Total		588.121.000

Sumber: *Sales and Marketing* Bintang Kuta Hotel, 2015.

Data Tabel 1.8 adalah beberapa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh *Sales and Marketing Department* Bintang Kuta Hotel untuk memasarkan produknya. Strategi pemasaran yang dilakukan berupa potongan harga atau promo pada periode tertentu contohnya *Early Bird* untuk tamu yang memesan kamar 1

bulan sebelum kedatangan. *Last Minute Promo* adalah promo untuk tamu yang memesan pada waktu tertentu pada saat diadakannya promo harga kamar yang murah, potongan harga yang diberikan sekitar 10-15 persen. Untuk *Honeymoon*, tamu mendapatkan beberapa keuntungan jika memesan *Honeymoon*. Strategi yang dilakukan secara tidak langsung adalah dengan memberikan *marketing tools* dan *sales kit* yang berisi brosur, *flyer*, dan CD yang berisi tentang Bintang Kuta Hotel. *Marketing tools* dan *sales kit* ini diberikan kepada beberapa *travel agent* yang bekerjasama dengan Bintang Kuta Hotel. Pemasaran yang dilakukan oleh *Sales and Marketing Department* adalah melakukan administrasi yakni kegiatan membuat *contract rate* dengan *travel agent* dan *follow up* reservasi dari *travel agent* tersebut. Lalu *telemarketing*, *telemarketing* berupa *courtesy call* atau menelpon *travel agent* untuk mempromosikan hotel. Kegiatan lain adalah *sales call* dengan cara mendatangi *travel agent* untuk mengenalkan produk Bintang Kuta Hotel secara langsung. Kegiatan ini dinamakan *sales trip* jika sudah keluar kota. Berikutnya kegiatan pemasaran yang dilakukan adalah dengan mengikuti *expo* atau pameran yang ada di beberapa tempat, untuk mengenalkan Bintang Kuta Hotel.

Melihat perkembangan Bintang Kuta Hotel dan banyaknya hotel-hotel dengan bintang atau kelas yang setara di kawasan ini, maka untuk dapat memenangkan sebuah persaingan tersebut diperlukan strategi marketing yang tepat sasaran kepada pasar yang dituju. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai strategi pemasaran Bintang Kuta Hotel dalam upaya untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan dapat bersaing diantara hotel berbintang setara. Salah satu strategi yang digunakan oleh Bintang Kuta Hotel adalah dengan

cara promosi. Promosi tersebut bisa berupa iklan atau dengan memberikan harga khusus untuk *travel agent*. Beragam promosi yang dilakukan oleh Bintang Kuta Hotel beragam namun ada paling efektif langsung mencapai tujuan, dalam hal ini tujuan promosi tersebut adalah untuk tamu atau wisatawan. Pada bab selanjutnya akan menjelaskan tentang promosi yang telah dilakukan oleh Bintang Kuta Hotel dan untuk mengetahui kegiatan promosi yang efektif atau tepat sasaran kepada wisatawan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Bintang Kuta Hotel?
2. Bagaimana efektivitas promosi Bintang Kuta Hotel?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Bintang Kuta Hotel.
2. Untuk menganalisis efektivitas promosi di Bintang Kuta Hotel.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Akademik**

Mahasiswa diharapkan dapat menyerap pelajaran mata kuliah metodologi penelitian dan menerapkannya didalam laporan akhir ini. Selain itu diperlukan pemahaman dalam mata kuliah pemasaran yang akan menjadi pokok bahasan dalam laporan akhir ini serta dapat menjadi bahan masukan bagi laporan akhir sejenis.

### **2. Manfaat Praktis**

Laporan akhir ini diharapkan dapat menjadi suatu pelatihan dan pengetahuan dasar, serta masukan bagi mahasiswa untuk mempelajari tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh Bintang Kuta Hotel dan mengetahui kegiatan promosi yang efektif. Bagi industri, hasil laporan akhir ini diharapkan dapat digunakan menjadi masukan yang membangun.

## **1.5 Sistematika Penyajian**

Tata urutan sistematika penyajian ini disusun untuk memudahkan dalam penulisan laporan akhir. Sistematika penyajian ini terdiri dari lima bab, yang akan

mempermudah dalam memahami isi laporan. Sistematika penyajian laporan ini adalah sebagai berikut.

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan terdapat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penyajian.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan pustaka ini akan dijelaskan mengenai penelitian sebelumnya, penjelasan mengenai konsep hotel, konsep pemasaran, konsep bauran pemasaran, konsep promosi, dan konsep efektivitas.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian terdiri dari lokasi penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, hasil dan pembahasan mengenai permasalahan yang diteliti.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan yang diperoleh dari hasil dan pembahasan dan saran mengenai tempat yang diteliti.