BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang mengagumkan. Hal tersebut merupakan peluang periwisata yang sangat potensial. Pengelolaan peluang tersebut secara baik dan tepat bukan saja dapat menghasilkan devisa bagi negara, melainkan juga dapat menciptakan mata pencaharian bagi penduduk di sekitar daerah wisata.

Upaya memanfaatkan peluang pariwisata di seluruh Indonesia telah dilakukan pemerintah Republik Indonesia. Beberapa daerah telah dijadikan daerah tujuan wisata, salah satunya Sumatera Selatan yang ditetapkan oleh pemerintah sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang ke-17.

Industri pariwisata dimanapun tidak dapat dilepaskan dari bisnis perhotelan. Harus diakui bahwa industri perhotelan merupakan salah satu kunci berkembangnya industri pariwisata di Indonesia. Dengan adanya industri jasa perhotelan yang terkoordinasi dengan baik serta mampu memberikan pelayanan yang terbaik, hal ini akan mampu menarik wisatawan, baik dalam negeri maupun mancanegara untuk mengunjungi obyek-obyek pariwisata yang tersebar di seluruh Nusantara. Sebenarnya usaha perhotelan bukan hanya berkembang karena didukung oleh sektor pariwisata tapi juga didukung oleh dunia bisnis yang memerlukan jasa perhotelan. Seperti halnya kota Palembang yang sebenarnya tidak banyak mempunyai tempat-tempat pariwisata. Maka perkembangan usaha perhotelan yang ada di Palembang sebenarnya lebih banyak didukung oleh adanya hubungan bisnis yang terjadi antara

perusahaan-perusahaan lain yang berada di luar kota Palembang maupun yang di negara lain.

Dengan melihat kondisi dan tuntutan di atas, jelas industri jasa perhotelan merupakan salah satu industri non migas yang mempunyai masa depan yang cerah, sehingga mendorong para investor untuk menanamkan modalnya pada sektor industri ini. Mulai masuknya banyak investor dalam industri ini tentu saja membuat persaingan dalam industri jasa perhotelan menjadi semakin marak.

Tahun 1991 merupakan tahun kunjungan Indonesia dan seluruh wisatawan ke Sumatera Selatan sebanyak 119.574 orang dengan perincian 14.988 orang wisatawan mancanegara dan 104.586 orang wisatawan nusantara. Dan pada tahun 1998 wisatawan ke Sumatera Selatan berjumlah 240.005 dengan perincian 30.752 wisatawan mancanegara dan 209.253 wisatawan nusantara. Sedangkan jumlah hotel yang terdaftar sampai saat ini berjumlah 39 hotel (Depparpostel Sumatera Selatan).

Namun krisis moneter tampaknya belum akan berakhir pada waktu dekat ini yang menjadikan perekonomian kita menurun yang juga diperburuk oleh faktor politik, sosial, budaya, dan lain sebagainya. Akibatnya banyak sudah perusahaan-perusahaan kita yang tidak sanggup lagi bertahan atau hanya untuk mempertahankan perusahaannya dari krisis yang berkepanjangan ini.

Hal ini tentu tidak lepas dari strategi pihak perusahaan dalam mengelola usahanya. Salah satu faktor atau variabel manajemen yang tidak dapat kita abaikan dalam setiap langkah perusahaan adalah sistem manajemen pemasarannya. Setiap perusahaan atau pun usaha, baik yang memproduksi barang maupun jasa dalam produksinya, tidak akan dapat berhasil atau minimal bertahan tanpa sistem pemasaran yang baik. Oleh karena itu untuk menghadapi kondisi ini Hotel X memerlukan suatu strategi pemasaran, agar Hotel X jangan tertinggal atau bahkan

tenggelam dalam situasi moneter saat ini dan ketatnya persaingan industri jasa perhotelan, khususnya di Palembang di mana strategi tersebut tidak hanya mampu mempertahankan tingkat huniannya tetapi sekaligus meningkatkannya. Untuk itu, penulis mengambil judul penelitian : "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL X UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN HOTEL BERBINTANG III DI PALEMBANG".

1.2 RUMUSAN MASALAH

Pokok permasalahan yang dihadapi Hotel X sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa periwisata dan perhotelan adalah: Bagaimana memformulasikan strategi pemasaran yang tepat dengan mempertimbangkan faktor eksternal yaitu kondisi pasar dan faktor internal yaitu kemampuan Hotel X sendiri dalam menjalankannya. Dimana strategi ini juga harus dapat mempertahankan posisi perusahaan dalam industri perhotelan di Palembang, bahkan bila dimungkinkan dapat meningkatkan tingkat hunian dari Hotel X.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Melakukan evaluasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai kekuatan / kelemahan maupun peluang / ancaman yang dimiliki / dihadapi oleh perusahaan.
2. Mengidentifikasikan pesaing-pesaing yang dihadapi Hotel X saat ini.
3. Memformulasikan dan mengusulkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi persaingan dan potensi Hotel X sehingga mampu mempertahankan pangsa pasarnya.

1.4 RUANG LINGKUP PERMASALAH

Ruang lingkup masalahnya meliputi:

1. Hal-hal yang berhubungan dengan pemasaran dan perencanaan strategis yang meliputi kegiatan evaluasi lingkungan, analisis alternatif strategi, dan formulasi strategi.
2. Seluruh kamar dan fasilitas penunjang yang tersedia diasumsikan dalam keadaan normal atau siap dioperasikan secara keseluruhan.
3. Batas akhir dari penentuan hotel yang menjadi pesaing Hotel X, baik hotel-hotel yang telah ada maupun hotel-hotel yang baru selesai dibangun di kotamadya Palembang adalah bulan Oktober 2000.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan ini terdiri dari enam bab yang secara garis besar adalah sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup masalah dan sistematika penulisan.

Bab II. Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan langsung dengan topik masalah yang dibahas dalam penelitian.

Bab III. Metodologi Penelitian

Berisi garis besar langkah-langkah pemecahan masalah yang diterapkan dalam penelitian.

Bab IV. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Berisi data-data yang digunakan dalam penelitian dan hasil-hasil pengolahan data yang dilakukan.

Bab V Analisis Hasil Penelitian

Berisi analisis hasil penelitian dengan kondisi dari masalah yang dibahas.

Bab VI. Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan pokok-pokok penelitian dan uraian singkat hasil analisis yang dilakukan serta saran untuk pihak perusahaan.