

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang diikuti teknologi dan era globalisasi seperti saat ini, berkembang dengan pesat, salah satunya mengenai teknologi informasi dan komunikasi.

Dimedia informasi yaitu media sosial aplikasi OYO adalah aplikasi yang bisa didownload melalui google playstore atau apstore masyarakat mudah mencari penginapan melalui aplikasi tersebut yang bisa digunakan kapanpun dalam waktu yang singkat. Salah satu aplikasi yang sudah tersedia pada smartphone adalah sebagai alat untuk mencari lokasi dengan layanan terbaik banyak penginapan yang menggunakan aplikasi OYO dalam system pemesanan kamar secara langsung bisa bermanfaat untuk mendapatkan penilaian terbaik dari para tamu.

Rumah kost adalah salah satu pilihan rumah singgah yang terdiri dari beberapa kamar dengan berbagai jenis fasilitas dan harga, semakin banyak dan baik fasilitas yang ditawarkan maka semakin tinggi pula harga sewa yang ditetapkan. Tempat tinggal merupakan salah satu dari 3 kebutuhan pokok setiap orang. Kebutuhan pokok tempat tinggal yang semakin meningkat dewasa ini bisa menjadi sebuah peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Beberapa bisnis yang berhubungan dengan tempat tinggal baik yang sifatnya tinggal tetap ataupun tinggal sementara antara lain : bisnis jual beli rumah, jual beli apartemen, bisnis persewaan rumah, rumah petak, kost ataupun penginapan. Salah satu bisnis persewaan tempat tinggal yang kini semakin banyak berkembang dan diminati oleh para investor terutama di daerah sekitar kampus, sekolah dan perkantoran adalah persewaan kost-kostan.

Didalam *platform* OYO memiliki berbagai fitur-fitur yang mempermudah dalam pemesanan hotel secara online dan OYO melakukan berbagai promosi. Promosi tersebut sebagai bentuk aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas bertujuan untuk memperkenalkan *platform* OYO kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar menggunakan *platform* OYO dan promosi juga untuk memberikan informasi dan untuk menarik minat masyarakat melakukan transaksi di *platform* OYO tersebut. Seperti contohnya promo *flash sale* yaitu dengan harga 99 ribu per malam tersebut harga yang cukup terjangkau dikalangan masyarakat khususnya generasi milenial yang sering menggunakan media internet untuk bertransaksi *e-commerce*. Bukan hanya promosi yang akan mengundang ketertarikan masyarakat melainkan adanya fitur penyesuaian harga, sesuai harga yang kita inginkan dimulai dari harga yang sangat low atau murah hingga medium atau sangat terjangkau selain itu adanya fitur pencarian hotel terdekat, domestik hingga luar negeri bisa di pesan dimana saja dan kapanpun. Selain itu OYO rutin mengadakan promosi-promosi guna untuk menarik perhatian di masyarakat, *Platform* aplikasi hotel secara online ini bisa jadi rekomendasi ketika mereka ingin melakukan *travelling*. (Kontan.co.id, 2021)

Menawarkan teras, Oyo Wisma Musdalifah terletak di Jl. Natuna Palembang ini menawarkan resepsionis 24 jam, ruang penitipan bagasi. Yang paling disukai oleh konsumen adalah tempatnya yang masih baru, jadi masih bai semua kondisinya. Pegawainya juga ramah, dan lokasinya sangat strategi dekat dengan *food court* serta kamar-kamar yang bersih dan rapi lantainya yang cukup bersih. Oyo Musdalifah ini adalah kode propertynya, dan untuk masuk dalam jaringan Oyo ini yang akan menjadi syaratnya

adalah minimal ada 6 kamar yang masing-masing kamarnya ada kamar mandi, tv, AC dan linen yang bersih .(HAYATI 2020).

OYO berkerjasama dengan pemilik properti yang belum mempunyai sistem manajemen perhotelan, yang dimana tugas OYO adalah mengontrol dan mengembangkan manajemen hotel lalu menghubungkannya dan memasarkannya melalui aplikasi OYO agar lebih mudah diakses secara *online* oleh konsumen kapan saja. Salah satu rumah kost yang belum mempunyai manajemen adalah Rumah Kost Wisma Musdalifah yang beralamat di Jalan Natuna Palembang (Wahyuni 2019).

OYO tertarik untuk melakukan kerjasama dengan Wisma Musdalifah karena rumah kost ini terletak ditempat yang cukup strategis namun tidak mempunyai manajemen dan kelayakan fasilitasnya masih sangat minim sehingga dibutuhkan beberapa perbaikan fasilitas dan konsultasi pemasaran dan operasional bagi rumah kost ini. Kerjasama tersebut dapat dilihat dari perjanjian waralaba konsultasi pemasaran dan operasional. OYO melakukan promosi sehingga konsumen dan calon konsumen terdorong dan termotivasi untuk melakukan pembelian atas jasa yang ditawarkan. Promosi yang digunakan oleh OYO adalah melalui media sosial *instagram*, *youtube*, *pinterest*, dan *facebook*. OYO juga menyediakan aplikasi yang dapat diunduh oleh telepon pintar melalui *App Store (iOS)*, dan *Google Play (Android)*.

Strategi promosi ini tentunya akan menonjolkan pemasarannya dalam hal secara cepat yang menghasilkan sebuah pengalaman yang sangat luas. Media sosial juga bisa mendownload aplikasi OYO melalui *google playstore* dengan menggunakan aplikasi OYO, masyarakat khususnya yang berada di Kota Palembang mudah mencari penginapan melalui aplikasi tersebut yang bisa digunakan kapanpun dalam waktu yang singkat. Salah satu aplikasi yang sudah tersedia pada *smartphone* adalah sebagai alat untuk mencari lokasi dengan layanan terbaik banyak penginapan yang menggunakan aplikasi OYO dalam sistem pemesanan kamar secara langsung bisa bermanfaat untuk mendapatkan penilaian terbaik dari para tamu.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Rumah kost wisma musdalifah memiliki strategi promosi selama penggunaan OYO maka mendapatkan pelanggan jika bergabung dengan OYO.
2. Pengguna ini memberikan keuntungan kepada pemilik.
3. Banyaknya persaingan lain dari hotel OYO sehingga pengguna menjadi termotivasi untuk menggunakan pelayanan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana promosi rumah kost musdalifah melalui aplikasi OYO di kota Palembang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui bagaimana promosi yang diberikan oleh rumah kost di aplikasi OYO kota Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan

pengetahuan bagi peneliti tentang strategi promosi pada Rumah Kost di Kota Palembang.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan tambahan informasi dan wawasan kepada pembaca
2. Memberikan informasi bagi pengusaha rumah kost tentang pengembangan bisnis melalui peningkatan strategi promosi pada rumah kost di Kota Palembang.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. □

