

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hotel merupakan tempat akomodasi dimana tersedia fasilitas penginapan lengkap, dimana mereka memakai seluruh atau sebagian saja gedung mereka untuk menyajikan layanan komersial seperti kamar tempat menginap, pelayanan, fasilitas makan dan minum serta layanan-layanan yang lain. Industri perhotelan memiliki dinamika yang kompleks dan sangat dipengaruhi oleh perubahan tren global, kebijakan pariwisata, dan preferensi konsumen. Keberhasilan hotel seringkali bergantung pada kemampuan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan memberikan layanan yang memenuhi ekspektasi para tamu.

Perkembangan bisnis perhotelan yang cepat menghasilkan persaingan yang intens di antara sekian banyak hotel. Dalam situasi ini, hotel diharapkan dapat menciptakan produk hotel yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan hotel-hotel lainnya. Hal ini untuk menciptakan rasa puas pada konsumen sehingga akan menciptakan konsumen yang loyal. Manajemen hotel perlu berupaya maksimal untuk mengoptimalkan pemanfaatan pasar yang tersedia dengan menciptakan citra dan melayani para tamu secara istimewa.

Menurut Rusdi (2019:49) “setiap perusahaan yang memproduksi barang atau jasa harus melibatkan diri dalam kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan elemen utama yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”. Para institusi usaha diharapkan memiliki pemahaman yang

mendalam mengenai perubahan pasar dan kebutuhan masyarakat. Pada era yang mendunia sekarang ini, kompetisi dalam dunia bisnis menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindari, karena hal itu, tim pemasaran perusahaan perlu mengembangkan berbagai inovasi strategi yang mumpuni dan berkelas untuk mengoptimalkan peluang pemasaran yang tersedia. Tujuannya adalah agar posisi dan reputasi perusahaan dalam pasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Dalam mengembangkan strategi pemasaran, suatu perusahaan harus memiliki pemahaman yang komprehensif tentang konsumen potensial yang menjadi sasarannya. Untuk lebih memahami kebutuhan konsumen dengan lebih rinci, perusahaan dapat menyajikan penawaran barang dan jasa yang relevan dengan keinginan mereka. Selain itu, peran strategi pemasaran juga krusial dalam merencanakan kegiatan promosi produk dengan presisi, sehingga pesan promosi dapat berhasil menjangkau konsumen target. Dari sudut pandang perusahaan, terdapat 7 (tujuh) elemen penting dalam merancang strategi pemasaran yang biasanya dikenal sebagai bauran pemasaran atau *marketing mix*. Menurut Murtini et al. (2019), “bauran pemasaran terdiri dari (7P) yaitu *product, price, promotion, place, process, people, dan physical evidence*”.

Sebagai salah satu hotel berkategori empat bintang di Palembang, Hotel Santika Premiere Bandara Palembang menyajikan diri dengan konsep resort yang berfokus pada kegiatan bisnis. Hotel yang mulai beroperasi sejak 23 Maret 2018 ini terletak di Jalan Gubernur H. Asnawi Mangku Alam No. 168–169 Kel. Kebun Bunga Kec. Sukarami Kota Palembang. Dan berdasarkan letaknya hotel ini dapat dicapai dalam waktu kurang dari 5 menit dari Bandara Sultan Mahmud Badaruddin

II. Adapun kamar yang tersedia sejumlah 155 kamar dalam 4 empat jenis (*kamar deluxe, kamar executive, kamar premiere, dan kamar suites*), serta sarana layanan tambahan seperti ruang pertemuan Santika, restoran Belida, dan *ballroom* Baturaja dengan daya tampung maksimal sampai dengan 1.250 orang. Sarana layanan lain yang tersedia meliputi *club premiere lounge*, kolam renang, area kebugaran, zona anak-anak, dan *juice bar*.

Sebagai institusi usaha yang beroperasi di sektor jasa, hotel Santika Premiere Bandara Palembang bertekad untuk menyajikan pelayanan prima kepada masyarakat. Hal tersebut mengingat ketatnya persaingan di sektor tersebut yaitu hadirnya kompetitor hotel-hotel berbintang 4 seperti terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1** Daftar Nama Hotel Bintang 4 di Palembang

| No | Nama Kompetitor                           | Kapasitas <i>ballroom</i> |
|----|---|---------------------------|
| 1  | Aryaduta Hotel                            | 2500 tamu                 |
| 2  | The Zuri Palembang                        | 2000 tamu                 |
| 3  | Novotel Palembang – Hotel & Residence     | 1800 tamu                 |
| 4  | Harper Hotel Palembang                    | 1500 tamu                 |
| 5  | Aston Palembang Hotel & Conference Center | 1000 tamu                 |
| 6  | The Alts Hotel Palembang                  | 700 tamu                  |

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Setiap hotel berupaya memberikan nilai tambah yang unik dalam produk, layanan, dan pelayanannya kepada tamu. Diferensiasi ini menjadi ciri khas yang memisahkan satu hotel dari yang lain. Kehadiran berbagai opsi hotel untuk konsumen menciptakan persaingan yang ketat dalam industri perhotelan. Tidak

semua hotel dapat mencapai popularitas dan mencapai sasaran pasar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, Hotel Santika Premiere Bandara Palembang perlu merancang strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan juga menjadi kunci untuk membantu meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

*Event Organizer* merupakan salah satu *stakeholder* yang erat kaitannya dengan industri perhotelan. Perusahaan *event organizer* adalah entitas yang berfokus pada penyediaan layanan profesional dan bertindak sebagai penyelenggara atau tim pelaksana untuk berbagai acara yang diadakan konsumen, seperti peluncuran produk, *company gathering*, pameran, seminar, konser musik, dan promosi produk. Selain itu, *event organizer* juga memiliki peran dalam acara seremonial seperti pernikahan, ulang tahun dan acara pribadi lainnya. Kolaborasi antara hotel dan *event organizer* merupakan hubungan yang mana kedua belah pihak mendapatkan keuntungan secara bersamaan dalam mencapai tujuan masing-masing perusahaan. Beberapa perusahaan *event organizer* yang bekerjasama dengan hotel Santika Premiere Bandara Palembang diantaranya adalah MD Wedding Organizer, Sunting Wedding Organizer, Stage Management, Project Wedding Organizer dan lain-lain.

Dari paparan uraian tadi kiranya penulis dapat tentukan judul penelitian yang akan penulis susun yaitu : “ANALISIS PERAN KERJASAMA HOTEL DENGAN *EVENT ORGANIZER* DALAM STRATEGI PEMASARAN LAYANAN *BALLROOM* DI HOTEL SANTIKA PREMIERE BANDARA PALEMBANG”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Jika dilihat dari uraian latar belakang masalah yang penulis telah uraikan di atas, penulis dapat jabarkan rumusan masalah yang akan penulis teliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana peran kerjasama antara Hotel Santika Premiere Bandara Palembang dengan *event organizer* dalam mengembangkan strategi pemasaran layanan *ballroom*?
2. Apa manfaat yang diperoleh oleh Hotel Santika Premiere Bandara Palembang melalui kerjasama dengan *event organizer* dalam pemasaran layanan *ballroom*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendefinisikan dan menguji peran *event organizer* dalam strategi pemasaran layanan *ballroom* di Hotel Santika Premiere Bandara Palembang.
2. Menganalisis manfaat yang diperoleh oleh Hotel Santika Premiere Bandara Palembang melalui kerjasama dengan *event organizer* dalam upaya memasarkan layanan *ballroom*.

## 1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, terdapat ruang lingkup penelitian yang mencakup bagaimana peran kerjasama Hotel Santika Premiere Bandara Palembang dengan *Event Organizer* dalam strategi pemasaran layanan *ballroom* dapat

mempengaruhi manfaat yang diperoleh Hotel Santika Premiere Bandara Palembang dengan melihat tanggapan dari responden.

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Hotel dan *Event Organizer*:
  - a. Peningkatan keputusan manajerial: hasil yang didapat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada para manajemen hotel dan *event organizer* dalam mengambil keputusan terkait strategi pemasaran dan kerjasama.
  - b. Optimalisasi kerjasama: Memberikan wawasan tentang cara mengoptimalkan kerjasama antara hotel dan *event organizer* untuk mencapai tujuan pemasaran.
  - c. Peningkatan daya saing: Dengan memahami peran kerjasama dengan *event organizer*, hotel dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar layanan *ballroom*.
2. Kontribusi Akademis:
  - a. Pengembangan pengetahuan: Penelitian ini dapat memberikan sumbangan kepada literatur akademis terkait manajemen hotel, pemasaran layanan, dan kerjasama dengan *event organizer*.
  - b. Penelitian lanjutan: Menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang mungkin dapat mengeksplorasi aspek-aspek yang lebih mendalam atau membandingkan strategi pemasaran serupa di konteks yang berbeda.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir disusunlah suatu sistematika penulisan yang mencakup 5 bab yaitu antara lain sebagai berikut :

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini akan tertuang uraian yang berisikan tentang dasar-dasar penulisan tugas akhir yang mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, berisi tentang teori-teori yang dijadikan dasar untuk melakukan penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, tesis dan sumber lainnya mengenai hotel, kerjasama, *event organizer*, strategi pemasaran, dan layanan *ballroom*. Pada bab ini juga membahas mengenai hasil penelitian terdahulu dengan topik yang isinya bersesuaian dan dapat dijadikan acuan pada penelitian ini, kerangka berpikir yang menjadi dasar bagi penulis, dan juga hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Materi yang akan diulas pada bab ini berisi tentang metode penelitian peran kerjasama hotel dan *event organizer* dalam strategi pemasaran layanan *ballroom* yang berupa metode kuantitatif deskriptif.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab Hasil Dan Pembahasan akan diuraikan tentang hasil pembahasan bagaimana peran kerjasama hotel dan *event organizer* dalam strategi pemasaran layanan *ballroom* serta manfaat yang diperoleh oleh hotel dengan menggunakan

objek penelitian variabel X (*variable independent*) adalah kerjasama dan variabel Y (*variable dependent*) adalah strategi pemasaran.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Sebagai penutup penelitian, pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dibahas dan saran untuk hotel Santika Premiere maupun untuk *event organizer*.