

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu pertumbuhan industri usaha pada perhotelan saat ini sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat dalam upaya mendapatkan konsumen. Industri perhotelan merupakan salah satu industri dalam pariwisata yang tidak lepas dalam tantangan untuk menghadapi persaingan setiap hari. Pertumbuhan dan perubahan lingkungan yang cepat akan memaksa setiap perusahaan (industri) untuk terus aktif melakukan upaya-upaya guna mencapai tujuan perusahaan.

Untuk dapat memenangkan persaingan pengelola hotel harus dapat menjalankan komunikasi pemasaran yang tepat dan efektif. Kegiatan komunikasi pemasaran menjadi sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam mencapai tujuan serta jembatan yang menghubungkan antara hotel dengan para konsumennya. Dalam kegiatan komunikasi pemasaran pengelola perusahaan dituntut untuk dapat memasarkan produk dan fasilitas yang dihasilkan agar dapat digunakan oleh konsumen, serta keberadaan perusahaan dapat dihargai karena memiliki kualitas didalamnya. Dalam menghadapi persaingan saat ini perusahaan tidak hanya dapat mengandalkan para sumber daya manusia yang pandai dan terampil, tetapi juga harus dapat menggunakan teknik komunikasi pemasaran yang tepat dan sesuai.

Ditengah kompetisi yang semakin tajam, setiap industri perusahaan termasuk perhotelan agar dapat memperoleh persepsi positif ataupun citra yang baik maka pengelola harus dapat meyakinkan konsumen bahwa perusahaan yang dikelola memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan kompetitor yang lain.

Aquarius Boutique Hotel Palangka Raya adalah salah satu hotel bintang empat pertama yang ada di Kalimantan Tengah sebagai hotel bisnis yang dilengkapi dengan fasilitas hiburan di Palangka Raya. Kegiatan operasional hotel mulai dijalankan pada tahun 2009 hingga saat ini dan saat ini Aquarius Boutique Hotel merupakan hotel bintang empat pertama dikelola oleh PT. Two In One yang sebelumnya juga telah membangun Aquarius Boutique Hotel Banjarmasin di Kalimantan Selatan. Dengan adanya hotel bintang empat pertama di Palangka Raya maka pihak manajemen hotel memberikan *segmentasi* untuk hotel ini sebagai hotel bisnis terlengkap, dan memberikan ciri khas tersendiri dengan menyajikan layanan fasilitas *entertainment* (hiburan) bagi tamu atau pengunjung sebagai salah satu keunggulan yang di andalkan oleh Aquarius Boutique Hotel.

Aquarius Boutique Hotel ini terletak di pusat kota Palangka Raya tepatnya berada dikawasan pusat pemerintahan dan makanan-makanan lokal tidak jauh dari bundaran besar yang menjadi simbol utama kota ini sehingga sangat mudah untuk di akses. Hotel yang dibangun di daerah pusat kota tersebut memiliki daya tarik tersendiri untuk di tawarkan kepada konsumen yaitu salah satunya Aquarius Boutique Hotel ini memadukan konsep boutique pada setiap design dan interior hotel sehingga dapat memberikan kualitas kenyamanan, kemewahan dan keramahan bagi tamu yang menggunakan jasa dan fasilitas mereka. Dalam

menjalankan kegiatan operasionalnya setiap hari pihak manajemen hotel dan juga bagian yang terlibat secara langsung dengan konsumen berusaha untuk dapat menjadikan hotel ini sebagai hotel bisnis terdepan di kota Palangka Raya.

Hal ini sesuai dengan tujuan utama yang ingin mereka capai sebagai di dalam visi perusahaan yaitu menjadikan Aquarius sebagai pioneer dan market leader bisnis hotel di daerah Kalimantan Tengah. Untuk dapat mewujudkan visi berbagai upaya telah dilakukan oleh manajemen untuk mengkomunikasikan keberadaan Aquarius Boutique Hotel kepada masyarakat yang ada di Kalimantan Tengah khususnya pada sektor organisasi sebagai sasaran utama mereka. Kegiatan komunikasi yang dilakukan sangat penting untuk tetap dijalankan sebagai alat atau upaya penunjang keberhasilan perusahaan.

Menurut Shimp (2003) komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi antara pemikiran dan pemahaman antar individu, atau antar sesama organisasi maupun organisasi dan individu. Dalam hal ini berbagai upaya komunikasi yang dilakukan oleh pihak manajemen Aquarius Boutique Hotel bertujuan untuk mengenalkan, mengingatkan, serta terus meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Aquarius Boutique Hotel sebagai hotel bisnis terlengkap di Kalimantan Tengah. Dalam operasionalnya Aquarius Boutique Hotel memiliki produk yang selalu di tonjolkan untuk yaitu *room* dan *meeting room*, kemudian di ikuti dengan beberapa produk tambahan yang dijual di beberapa outlet hotel seperti pada *restaurant*, *healthy club*, *laundry*, *pool*, dan *entertainment (club, karaoke, live music)*.

Sampai pada saat ini pihak manajemen *marketing departement* Aquarius Boutique Hotel menjadi ujung tombak sebagai penentu keberhasilan hotel dalam memasarkan berbagai produk dan fasilitas yang di miliki, selain itu pihak *marketing* juga melakukan upaya untuk dapat menarik dan mengelola perhatian konsumen agar tetap loyal dengan keberadaan hotel. Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pihak *marketing departement* merupakan serangkaian bagian yang terdapat dalam unsur-unsur di dalam komunikasi pemasaran terpadu.

Menurut pengertian kamus Oxford, hotel didefinisikan sebagai *building where meals and rooms are provided for trvellers* (Hornby, 1984). Saat ini persaingan di industri perhotelan di Palangka Raya semakin meningkat. Kegiatan pariwisata di provinsi Kalimantan Tengah telah ditopang oleh kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara yang pertumbuhan setiap tahunnya semakin meningkat, sehingga tingkat pertumbuhan hotel di Palangka Raya akan terus bertambah.

Saat ini ada tiga hotel terbaik di Palangka Raya yang telah masuk dalam situs [Tripadvisor.co.id](https://www.tripadvisor.co.id) yaitu antara lain Aquarius Boutique Hotel bintang empat, Swissbell Hotel Danum bintang empat, dan Amaris Hotel bintang tiga. Tripadvisor yang dimaksudkan disini adalah sebuah situs wisata terbesar di dunia, yang memungkinkan wisatawan merencanakan dan menikmati perjalanan wisata impian. TripAdvisor merupakan situs website terbesar komunitas wisata yang tesebar di dunia. Situs website TripAdvisor memberikan layanan untuk dapat menuliskan saran langsung dari wisatawan dan memberikan berbagai pilihan dan fitur perencanaan wisata link ke alat bantu pemesanan. Swissbell Hotel Palangka

Raya saat ini telah berada pada peringkat pertama untuk excellent hotel yang ada di Kalimantan Tengah, dan Aquarius Boutique Hotel berada peringkat ke dua, serta Amaris Hotel pada peringkat ke tiga. Hal tersebut di lihat pada jumlah *reviews* yang *write a review* pada situs komunitas wisata dunia TripAdvisor.

Dari dua hotel kompetitor yang terdapat di situs Tripadvisor yang ada di kota Palangka Raya tentu saja persaingan yang terjadi di antara mereka untuk mendapatkan konsumen sangat ketat. Berbagai cara dan upaya yang dibuat untuk dilaksanakan harus dapat disesuaikan dengan tuntutan konsumen. Oleh karena itu diperlukan upaya komunikasi pemasaran yang baik dan sesuai dengan peran serta fungsinya.

Dalam setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan hanya ada dua cara untuk dapat menciptakan dan mempertahankan keunggulan perusahaan dalam waktu yang lama yaitu pertama berikan perhatian yang luar biasa kepada pelanggan melalui pelayanan yang baik dan memuaskan serta berikan kualitas yang unggul. Kedua, teruslah berinovasi (Peter&Austin,1985). Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cara yang baik untuk dilakukan manajemen agar dapat mempertahankan keunggulan hotel ialah pentingnya konsumen untuk dilayani secara profesional dan di perhatikan sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan serta harus mampu berinovasi dalam setiap perkembangan jaman.

Target atau *segmentasi* pasar Aquarius Boutique Hotel ada dua jenis yang pertama konsumen individu dan ke dua konsumen instansi (organisasi). Konsumen individu dalam pengertiannya di dunia industri perhotelan sering di

katakan sebagai konsumen yang secara pribadi datang sendiri tanpa adanya rombongan, grup atau instansi tertentu, sedangkan konsumen organisasi ialah konsumen yang membawa nama instansi (organisasi) seperti lembaga sosial, yayasan, pemerintahan dan lainnya, Sumarwan (2002:24).

Pertumbuhan pada industri perhotelan bintang empat di Palangka Raya saat ini semakin pesat dan meningkat, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman bagi kelangsungan Aquarius Boutique Hotel dalam mencapai targetnya. Berdasarkan sumber data tahunan *market segment* yang diperoleh dari manajemen Aquarius Boutique Hotel saat ini telah terjadi penurunan pengunjung (occupancy) sejak dua tahun terakhir.

Pada tahun 2011 total konsumen yang menggunakan fasilitas kamar untuk menginap sebesar 32.625 atau 82% . pada tahun 2012 mengalami penurunan hunian sebesar 26.806 atau 67%, dan pada tahun 2013 tingkat hunian hotel selama setahun hanya mengalami sedikit kenaikan sebesar 27.993 atau 70%. Selama dua tahun terakhir tingkat hunian hotel mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Jika terus dibiarkan maka hal ini akan mengancam keberhasilan Aquarius Boutique Hotel dalam mempertahankan konsumennya.

Kualitas produk dan kegiatan promosi yang dilakukan merupakan faktor yang penting dan berpengaruh pada tingkat kunjungan konsumen, sehingga pihak manajemen harus dapat memperhatikan setiap kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan.

Pemilihan Aquarius Boutique Hotel Palangka Raya sebagai objek penelitian karena hotel ini merupakan hotel bisnis bintang empat pertama yang di

dirikan di Kalimantan Tengah dan juga merupakan satu-satunya hotel yang dilengkapi dengan fasilitas *entertainment* terlengkap sehingga peneliti tertarik untuk melihat lebih rinci berbagai upaya yang dilakukan manajemen agar mampu bersaing di Palangka Raya. Aquarius Boutique Hotel ini mulai dijalankan pada bulan july tahun 2009. Aquarius Boutique Hotel ini dikelola oleh manajemen PT. Two In One yang sekarang telah memiliki tiga hotel di daerah Kalimantan yang terletak di Kota Sampit dan Banjarmasin. Aquarius Boutique Hotel mempunyai letak yang sangat strategis di kawasan pusat kota dan di daerah instansi pemerintahan sehingga sangat mudah untuk di akses. Selain itu Aquarius Boutique Hotel juga merupakan hotel yang paling banyak diminati oleh konsumen sebelum adanya Swissbell Hotel sebagai kompetitor hotel bintang empat terbesar di kota Palangka Raya saat ini.

Pada saat Swissbell Hotel mulai aktif dijalankan pada 2012 tingkat kunjungan konsumen pada Aquarius Boutique Hotel mulai menurun, hal ini dapat dilihat pada data market *segment* hotel dan jumlah pendapatan (*revenue*) yang terdiri dari beberapa outlet tidak mencapai target yang di tentukan pada tahun 2012 di bandingkan dengan tahun sebelumnya. Konsumen mulai tertarik mencoba menggunakan layanan dan fasilitas yang di tawarkan oleh kompetitor yang baru meskipun dengan lokasi yang jauh dari pusat kota. Jika keadaan tersebut tidak di perbaiki dan terus dibiarkan maka akan berdampak buruk bagi kelangsungan Aquarius Boutique Hotel dalam menghadapi persaingan.

Saat ini provinsi Kalimantan Tengah mulai dihadapkan dengan berbagai kegiatan pelaksanaan *event* yang dilakukan dari berbagai organisasi. Dengan

adanya kegiatan *event* yang sering di gelar, maka fokus yang juga harus dikelola oleh pengelola hotel adalah MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Hal ini menjadi sangat penting mengingat saat ini konsumen perhotelan tidak hanya menggunakan fasilitas jasa hotel untuk menginap, akan tetapi juga pada kegiatan MICE lainnya penggunaan *meeting room* menjadi sangat penting sebagai penunjang berbagai kegiatan yang dilaksanakan.

Dalam menghadapi pertumbuhan industri hotel bintang yang semakin meningkat di kota Palangka Raya maka manajemen Aquarius Boutique Hotel dituntut untuk dapat menyiapkan berbagai program komunikasi yang efektif dan menarik sehingga mampu membuat perusahaan tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang ada.

Penelitian ini dinilai penting untuk diteliti karena saat ini tingkat pertumbuhan hotel yang semakin meningkat mengingat Kalimantan Tengah diwacanakan akan menjadi ibu kota negara dikutip dari salah satu media online pada Beritasatu.com pada tanggal 25 Januari tahun 2013 oleh pengamat sosial kemasyarakatan Kalimantan Tengah Prof Dr. HM Norsanie Dahlan yaitu bahwa Kalimantan Tengah sangat layak menjadi ibu kota negara (Indonesia), karena ada beberapa keunggulan komperatif dan kompetitif didalamnya seperti letak geografis Kalimantan Tengah yang berada pada pulau terbesar dan posisinya juga di tengah-tengah pulau sehingga aman dari tsunami, terbebas dari banjir, serta tidak memiliki gunung berapi sehingga kota ini dinilai aman dari bencana alam dan masih tersedia banyak lahan pembangunan tanpa menggeser penduduk.

Dari adanya wacana tersebut maka tingkat pertumbuhan hotel kedepannya di pastikan akan semakin maju dan meningkat di kota Palangka Raya, hal ini akan menjadi ancaman terhadap keberadaan Aquarius Boutique Hotel yang merupakan hotel bisnis bintang empat pertama yang ada di Palangka Raya, sehingga melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui, serta memperbaiki berbagai program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan selama ini agar hotel ini mampu bertahan dan bersaing ditengah maraknya kompetitor hotel bintang empat yang semakin meningkat.

Melalui metode penelitsn kualitatif ini peneliti ingin mengetahui kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Aquarius Boutique Hotel dalam menghadapi pertumbuhan hotel bintang yang semakin meningkat. Untuk itu peneliti mengumpulkan data penunjang dan pelengkap pada penelitian ini melalui observasi langsung dan wawancara pada pihak internal perusahaan.

Penelitian ini melihat bagaimana pelaksanaan program kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel Palangka Raya dalam menghadapi persaingan hotel bintang empat yang semakin meningkat di kota Palangka Raya. Untuk mengkaji lebih dalam mengenai program komunikasi pemasaran terpadu yang telah dilakukan oleh Aquarius Boutique Hotel maka peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk dapat menguraikan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran yang di lakukan. Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengetahui apa saja kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan dan

bagaimana pelaksanaannya selama ini ditengah maraknya persaingan hotel bintang empat yang semakin meningkat di kota Palangka Raya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu Aquarius Boutique Hotel dalam upaya menghadapi persaingan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian di sini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang dijalankan oleh Aquarius Boutique Hotel dalam menghadapi persaingan hotel bintang yang semakin meningkat.

1.4 Batasan Penelitian

Karena adanya keterbatasan dari peneliti maka dalam penelitian ini ruang lingkup penelitian hanya dilakukan pada program komunikasi pemasaran terpadu yang ada di Aquarius Boutique Hotel.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Praktis

Memberikan rekomendasi pada manajemen hotel terkait di bidang pemasaran, yaitu :

Bagi pihak pengelola komunikasi pemasaran Aquarius Boutique Hotel Palangka Raya agar dapat digunakan sebagai data pendukung dan meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran yang dilaksanakan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam menjalankan industri perhotelan kedepannya.

Khusus bagi mahasiswa ilmu komunikasi agar dapat menjadi sarana untuk membantu menambah pengetahuan tentang sebuah pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu di bidang perhotelan dan mempertajam kemampuan pengamatan mengenai komunikasi pemasaran terpadu.

Secara Teoritis

Dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada mahasiswa akan penerapan ilmu komunikasi khususnya dibidang komunikasi pemasaran tentang bagaimana membuat program komunikasi pemasaran yang baik dan menarik dalam sebuah perusahaan jasa.