

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar yang paling banyak dilirik sebagai salah satu sektor andalan bagi Negara dewasa ini, terutama bila dilihat dari kontribusi yang dihasilkannya sebagai sumber pendapatan atau devisa serta penyerapan tenaga kerja yang cukup besar. Karenanya, banyak Negara yang menjadikan industri pariwisata sebagai salah satu prioritas utama dalam rangka mengembangkan perekonomian sekaligus sebagai sarana promosi untuk mengenalkan negaranya kepada dunia luar. Indonesia merupakan salah satu Negara yang juga mengandalkan pariwisata sebagai sektor andalannya karena dinilai memiliki potensi yang sangat baik bila industri ini dapat dikelola dan dikembangkan secara maksimal, potensial dan terarah. Karunia panorama alam yang sangat indah, adat istiadat dan budaya yang sangat beragam, serta daya tarik wisata lain yang memiliki ciri khas serta keunikan tersendiri menjadikan Indonesia sebagai suatu Negara yang memegang telahir untuk menjadi salah satu tujuan wisata yang harus dikunjungi wisatawan, terutama bagi wisatawan mancanegara.

Industri perhotelan merupakan salah satu komponen dari sektor pariwisata yang mendapat perhatian besar dari pemerintah republic Indonesia, karena merupakan salah satu penghasil devisa Negara dari sektor pariwisata yaitu dengan

menjual industri jasa. Hotel sebagai salah satu sarana pendukung usaha pariwisata yang memberikan pelayanan berupa penyediaan akomodasi beserta pelayanan makan dan minum bagi para wisatawan sangat berperan dalam kemajuan sektor pariwisata di negara kita. Sulastiyono (2008:10) mendefinisikan bahwasanya hotel adalah suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi yang dikelola secara komersial. Di dalam hotel para tamu mendapatkan pelayanan penginapan, makanan dan minuman, serta fasilitasnya. Dimana hotel merupakan salah satu fasilitas penting yang banyak memberi pengaruh positif terhadap kemajuan dan perkembangan industri pariwisata. Tujuan utama suatu hotel yaitu untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada tamu agar mereka puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel tersebut.

Kota Gorontalo adalah Ibu Kota Provinsi Gorontalo, Indonesia. Kota Gorontalo merupakan salah satu kota tua di Sulawesi. Saat ini, Gorontalo termasuk salah satu kota yang sedang berkembang karena adanya fasilitas hotel maupun restoran telah banyak di dirikan di Kota Gorontalo.

Sebagai suatu industri jasa dalam bidang akomodasi, usaha perhotelan dalam menjalankan operasional dan pelayanannya harus didukung oleh sarana dan fasilitas yang memadai. Salah satu fasilitas yang mendukung kelancaran operasional di hotel, yang keberadaanya merupakan salah satu sumber pendapatan bagi hotel yakni bagian *Food And Beverage Departement* yang menurut Arief (2005:113) yaitu yang bertugas mengolah, memproduksi dan menyajikan makanan dan minuman untuk keperluan tamu hotel, baik dalam kamar, restoran/ *coffe – shop, banquet* (tempat pertemuan), makanan karyawan, dan sebagainya. Tujuan

dari *Departement Food and Beverage* ini adalah menjual makanan dan minuman sebanyak-banyaknya dengan harga yang sesuai, memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada tamu hingga tamu merasa puas dan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Restoran adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk tamu, serta mempunyai fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan dikelola secara professional untuk mendapatkan keuntungan. Seorang captain pada restoran harus bertugas dan bertanggung jawab atas pelayanan makanan dan minuman, kenyamanan dan kebersihan serta kelengkapan restoran (Rumesko,2002:2). Secara umum restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik, berupa makan dan minum. Restoran dalam suatu hotel merupakan sarana penjualan dan penyajian makanan dan minuman bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan tamu hotel, tetapi juga menerima tamu-tamu dari luar hotel yang tidak ada kaitannya dengan fasilitas akomodasi yang tersedia. Restoran tidak hanya sekedar makan maupun minum yang diberikan kepada tamu, akan tetapi pelayanan yang diberikan kepada tamu harus baik agar dapat mempengaruhi tamu untuk bisa datang kembali menikmati makanan yang ditawarkan oleh restoran.

Dalam mengelola bisnis restoran sangat dibutuhkan kegiatan pemasaran. Menurut Kotler dan Amstronng (2008:5) adalah pemenuhan kepuasan pelanggan demi suatu keuntungan. Dan tujuan utama pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai-nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan pelanggan. Kegiatan pemasaran bukan hanya

sekedar penjualan atau periklanan, tetapi berpusat pada usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam pemenuhan kebutuhannya, setiap manusia mempunyai referensi yang berbeda terhadap produk dan jasa yang dibutuhkan mereka. Disamping itu, semakin banyak pula pilihan yang tersedia bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Hotel Maqna Gorontalo merupakan Hotel berbintang empat (****) yang ada di Provinsi Kota Gorontalo yang merupakan pilihan tepat untuk para pebisnis dan wisatawan ketika berada di Gorontalo. Hotel ini juga terletak satu area dengan pusat perbelanjaan terbesar di Gorontalo. Ada beberapa department di Maqna Hotel yang saling terkait satu sama lain yakni: *Front Office Departement, Food And Beverage Departement, Housekeeping Departement, Accounting Departement, Personalia/HRD Departement, Engineering Departement, Human Resourse Departement, Marketing Departement, Purchasing Departement, Security Departement*. Hotel Maqna memiliki fasilitas yang menunjang kelancaran operasional berupa *Room, Restaurant, meeting room, Spa, Fitness center, dan Swimming Pool*. Hotel ini mempunyai pengunjung dari berbagai negeri, tidak hanya dari dalam negeri saja tetapi dari luar negeri juga ada. Melihat banyaknya tamu yang menginap sehingga diperlukan adanya suatu strategi pemasaran. Dimana strategi ini untuk menarik perhatian tamu yaitu melalui kegiatan promosi. Dengan adanya kegiatan promosi hotel dapat memberikan informasi kepada tamu mengenai berbagai hal tentang hotel yang bersangkutan dengan fasilitas-fasilitas yang dimiliki, harga kamar, lokasi hotel sampai dengan

berbagai penawaran baik itu penawaran kerjasama ataupun penawaran promosi yang sedang ditawarkan oleh hotel.

Promosi merupakan suatu alat komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan tamu pada produk yang dimiliki hotel. Menurut Kotler dan Keller (2009:24), mengatakan bahwa unsur bauran promosi terdiri atas lima perangkat utama yaitu iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Bentuk promosi yang sering digunakan oleh industri jasa perhotelan adalah *sales promotion* (promosi penjualan) yang merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.

Hotel Maqna mempunyai satu restoran yaitu restoran Lotus menawarkan produk makanan cukup bervariasi mulai dari menu masakan khas Gorontalo, masakan Indonesia, Asia, serta *western*. Restoran ini menyediakan berbagai macam menu *ala carte* yang dikelompokkan mulai dari *hot appetizer*, *cold appetizer*, *maincourse*, *asian course*, *Italian course*, *homemade pizzeria*, *side dish*, dan *dessert*. Jenis hidangan pembuka dikenal dengan istilah *appetizer* merupakan hidangan pembuka sebelum hidangan utama (*maincourse*) yang disajikan dengan tujuan membangkitkan nafsu makan atau selera makan. Ada dua jenis makanan pembuka yang disebut dengan makanan pembuka panas (*hot appetizer*) dan makanan pembuka dingin (*cold appetizer*). Tujuan dari menu *appetizer* ini yakni agar tamu hotel terangsang untuk menikmati acara makannya sampai pada jenis makanan penutup dan *dessert*.

Berikut dibawah ini tabel menu makanan pembuka (*appetizer*) baik *hot appetizer* dan *cold appetizer* yang dijual di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo.

Tabel 1.1
Menu Makanan Pembuka (*appetizer*)

Menu Appetizer Hot & Cold				
No	<i>Hot appetizer</i>	Harga	<i>Cold appetizer</i>	Harga
1.	Grilled Fish Ala Olele With Fish Sauce	Rp. 96.000	Tofu Surabaya	Rp. 33.000
2.	Spagheti Aglio E Olio With Mushroom	Rp. 50.000	Trofical Fruit Salad	Rp.38.000
3.	Grilled Black Angus Tenderloin Steak	Rp. 110.000	Vegetable Salad	Rp. 37.000
4.	Tagliatelle Bolognese	Rp. 58.000	Asinan Bogor	Rp. 33.000

Sumber : Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo, 2015

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa menu hidangan pembuka baik *hot appetizer* dan *cold appetizer* yang di tawarkan oleh restoran lotus, yang disediakan setiap waktu untuk diperjual belikan kepada tamu. Dimana menu makanan *appetizer* bertujuan untuk membangkitkan selera sebelum makan.

Berdasarkan observasi penulis lakukan bahwa terdapat banyak kendala yang didapatkan di Restoran Lotus, dikarenakan peran dari seorang pramusaji untuk mempromosikan menu makanan *appetizer* masih sangatlah kurang. Hal ini dapat dilihat pada tabel penjualan makanan *appetizer* dibawah ini.

Tabel 1.2

Data Penjualan makanan pembuka (*appetizer*)

Menu <i>Hot & Cold Appetizer</i>	Total Penjualan Makanan Pembuka (<i>Appetizer</i>)						
	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Jumlah
<i>Hot Appetizer</i>							
Grilled fish Ala Olele with Fish sauce	2	3	3	2	4	3	17
Spagheti Aglio E OlioWith Mushroom	3	2	4	3	4	4	20
Grilled Black Angus Tenderloin Steak	2	2	1	1	2	2	10
Tagliatelle Bolognes	3	4	4	2	6	2	16
<i>Cold Appetizer</i>							
Tofu Surabaya	4	5	1	3	4	2	19
Trofical Fruit Salad	5	2	4	3	3	3	20
Vegetable Salad	2	4	5	3	2	3	20
Asinan Bogor	2	4	3	3	3	2	17

Sumber : Hasil penelitian (data diolah)

Penelitian ini dilakukan atas beberapa pertimbangan pentingnya kegiatan penjualan di suatu perusahaan melalui program *upselling* , akan tetapi kegiatan penjualan tidak selalu berjalan dengan baik, karena terdapat masalah yang muncul, salah satunya masalah yang ada di Restoran Lotus yakni mengalami volume penjualan makanan *appetizer* yang tidak stabil dan cenderung menurun, apabila penurunan volume penjualan terus berkelanjutan maka akan mempengaruhi pendapatan perusahaan menurun. Jika pendapatan perusahaan semakin menurun makan akan berdampak pada kerugian. Untuk mengantisipasi terjadinya kerugian perusahaan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan volume penjualan makanan *appetizer* di Restoran Lotus.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penulisan ini penulis tertarik melakukan penelitian mengenai : **“Strategi *Upselling* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Makanan *Appetizer* Di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo”** .

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat di identifikasikan masalah yang menjadi alasan penelitian di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo adalah sebagai berikut : “Pramusaji Masih kurang Melakukan Program *Upselling* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Makanan *Appetizer* di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo”.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah yang menjadi bahan suatu penelitian yakni : Bagaimana Strategi *Upselling* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Makanan *Appetizer* di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi *Upselling* Yang Dilakukan Pramusaji Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Makanan *Appetizer* di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebagai informasi dalam usaha untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan meningkatkan strategi penjualan, serta untuk mengetahui seberapa besar pentingnya Strategi *Up-Selling* dalam meningkatkan volume penjualan makanan *Appetizer* di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Menambah wawasan bagi mahasiswa Jurusan Pariwisata terutama Kosentrasi Perhotelan. Serta dapat berguna sebagai bahan kajian lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi industri terkait, dalam meningkatkan volume penjualan makanan *appetizer* di restoran.

1.5.3 Manfaat Bagi Peneliti

Sebagai bahan untuk menambah wawasan dalam hal penelitian khususnya dalam bidang perhotelan.