

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri perhotelan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan dan jasa. Hotel memiliki fungsi penting bagi kepariwisataan suatu negara karena menyediakan jasa penginapan yang dilengkapi dengan berbagai jasa pelayanan lainnya. Seiring dengan berjalannya waktu, hotel kini sudah beralih fungsi tidak hanya memberikan layanan secara umum penyedia fasilitas penginapan, tetapi menjadi penyedia berbagai fasilitas yang banyak dapat memenuhi kebutuhan wisatawan maupun konsumen secara fleksibel mengikuti perkembangan zaman.

Negara Malaysia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi dalam perkembangan pariwisata. Hal ini dapat dilihat berdasarkan banyaknya tempat-tempat objek wisata baik alam maupun buatan dan peninggalan sejarahnya. Selain itu, pertumbuhan pariwisata di negara Malaysia juga diikuti dengan perkembangannya industri perhotelan, yakni munculnya beberapa hotel mulai dari klasifikasi tingkat bintang 1 sampai dengan tingkat bintang 5.

Industri jasa perhotelan yang ada di Malaysia menimbulkan persaingan yang ketat diantara mereka. Keadaan ini mendorong perusahaan untuk selalu jeli dan tanggap dalam mencermati berbagai perubahan baik internal maupun eksternal akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pihak manajemen

hotel harus terus menerus melakukan pemasaran dan promosi yang aktif karena sektor industri jasa diharapkan dapat meningkatkan pendapatan.

Saat ini banyak hotel di Malaysia yang memasarkan produk mereka secara lokal maupun internasional. Di sinilah setiap perusahaan dihadapkan pada tantangan dalam menghadapi persaingan dari industri-industri jasa perhotelan yang sejenis dalam rangka meningkatkan penjualan. Adanya keadaan pasar yang demikian perusahaan harus pandai-pandai menyesuaikan diri agar dapat bertahan dalam persaingan.

Hotel yang berada di Malaysia harus bekerja ekstra, karena setiap hotel ingin bersaing dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik untuk para tamu yang datang. Hal ini dilakukan untuk memperoleh loyalitas terhadap pengunjung hotel. Inilah salah satu peran dari *Sales Marketing Departement* di sebuah hotel. Untuk melakukan usaha-usaha ini tentunya tidak mudah, dibutuhkan upaya untuk terlaksananya tujuan dari hotel. *Sales Marketing Departement* tidak hanya bertugas memasarkan dan memperkenalkan produk, kamar dan fasilitas-fasilitas lainnya yang ada di hotel, melainkan juga menjaga dan membina hubungan baik dengan media dan masyarakat sekitarnya.

Di sinilah setiap perusahaan dihadapkan pada tantangan dalam menghadapi persaingan dari industri-industri jasa perhotelan yang sejenis dalam meningkatkan pendapatan. Dengan adanya keadaan pasar yang demikian perusahaan harus pandai-pandai menyesuaikan diri agar dapat bertahan dalam persaingan.

Salah satu unsur yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan adalah *sales promotion*. *Sales Promotion* tidak hanya digunakan perusahaan untuk mengejar profit, melainkan digunakan lebih memperkenalkan produk jasa perusahaan kepada konsumen.

Menurut Buchari (2007) *Sales Promotion* adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual atau perantara. Unsur – unsur *sales promotion* mencakup 4P, yaitu *Product* , *Price* , *Place* , dan *Promotion*. Dapat dijelaskan sebagai berikut : *Product* yaitu produk yang di tawarkan kepada pelanggan, seperti pelayanan, kualitas, dan keunggulan. *Price* yaitu harga atau tarif dapat dijadikan dasar penawaran *product* pada pelanggan, seperti biaya dan potongan harga. *Place* yaitu tempat atau lokasi barang atau produk yang dijual atau tempat pelanggan dapat membeli *product* yang di perlukan. *Promotion* yaitu salah satu elemen penting dalam proses pemasaran karena promosi merupakan salah satu cara atau bentuk komunikasi perusahaan kepada target market yang akan dituju.

Untuk menghadapi para pesaing, pihak dari Hotel Nilai Springs Resort terus melakukan promosi, meningkatkan fasilitas yang ada. Pada tahun 2014 hotel ini memulai beberapa perubahan yakni perubahan manajemen, standar pelayanan serta berbagai program lain yang di hotel ini ditujukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan pemasaran ini pula diharapkan dapat merebut, mempertahankan sekaligus dapat meningkatkan pendapatan makanan dan minuman. Namun demikian, pada bulan Juni dan Juli mengalami penurunan pendapatan pada *outlet Golfer's Terrace*. Karena pada bulan Juni dan Juli ini

adalah bulan suci ramadhan, sehingga *customer* yang ingin datang ke *outlet Golfer's Terrace* berkurang. Hal ini juga terdapat perbedaan lain pada bulan Oktober , November , Desember dan Februari juga mengalami penurunan dalam tingkat pendapatan makanan dan minuman pada *outlet Golfer's Terrace*, walaupun perbedaan tingkat penurunan pendapatan makanan dan minumn hanya hal ini di duga kurangnya promosi. Tamu yang datang ke *outlet Golfer's Terrace* hanya sedikit sehingga pihak *outlet golfer's terrace* tidak dapat mengejar pendapatan yang telah ditentukan. Asumsi di lihat kurangnya *sales promotion* di picu oleh *outlet Golfer's Terrace* tersebut. Gambaran lebih jelas tentang pendapatan *Golfer's Terrace* dari bulan mei 2015 hingga bulan april 2016 dapat di lihat pada tabel 1.

**Tabel 1 Pendapatan Makanan & Minuman Di Golfer's Terrace  
Dari Mei tahun 2015 hingga April tahun 2016**

NO.	BULAN	FOOD&BEVERAGE (RM)
1.	Mei	5,177.00,-
2.	Juni	2,040.00,-
3.	Juli	2,139.00,-
4.	Agustus	4,960.00,-
5.	September	4,500.00,-
6.	Oktober	3,410.00,-
7.	November	3,900.00,-
8.	Desember	2,914.00,-
9.	Januari	4,030.00,-
10.	Februari	3,696.00,-
11.	Maret	4,340.00,-

12.	April	4,500.00,-
<b>Total</b>		<b>RM. 45,606.00,-</b>

Sumber : *Golfer's Terrace Departmenet, Nilai Springs Resort Hotel, Malaysia 2015-2016*

Berdasarkan pengamatan penulis ada 4 aspek *sales promtion* yang telah di lakukan belum optimal, sebagai pendapatan tersebut menurun. Hal ini bisa dilihat dari segi :

- *Product* : yaitu segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Untuk mempertahankan daya saing di pasar, diferensiasi produk diperlukan dan merupakan salah satu strategi untuk membedakan produk dari para pesaingnya. Salah satunya *Outlet Golfer's Terrace* memiliki banyak produk yang mereka tawarkan kepada masyarakat dan bisa dipegang dan bisa dikonsumsi. Namun, dari keseluruhan produk yang mereka jual di *outlet Golfer's Terrace* adalah produk makanan yang *oriental* saja, sedangkan banyaknya tamu yang makan di restoran tersebut berasal dari berbagai macam negara di antaranya, yaitu Korea, Jepang, Amerika, dan Belanda. Hal ini bisa mempengaruhi pendapatan makanan karena makanan yang di sajikan hanya makanan *oriental*. *Outlet Golfer's Terrace* pun tidak bisa mempertahankan daya saing di pasar karena produk yang ditawarkan hanya produk makanan *oriental* saja.

- *Price* : Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Harga yang ditawarkan juga cukup bervariasi sesuai dengan makanan dan minuman yang dijual, tetapi di *outlet Golfer's*

*Terrace* mengalami *complain* karena barang atau jasa yang mereka beli belum sesuai yang mereka inginkan contohnya seperti minuman yang belum sesuai dengan keinginan tamu jadi tamu yang membayar minuman tersebut merasa belum puas dengan harga dan jasa yang ditawarkan di *outlet Golfer's Terrace* ini.

*-Place:* Di *Outlet Golfer's Terrace* ini memiliki lokasi yang daya beli cukup dan sesuai dengan segmen yang dituju sangat mendongkrak pendapatan makanan dan minuman tersebut. Karena didirikan dekat dengan lapangan *Golf* yang terdapat di Hotel Nilai Springs Resort Malaysia, tetapi dilihat dari segi bangunan *outlet Golfer's Terrace* memiliki ruangan terbuka, sehingga banyak debu yang masuk kedalam *outlet Golfer's Terrace* bisa mengganggu tamu yang sedang makan dan minum. Dilihat dari kondisi cuaca yang tidak menentu menyebabkan banyak tamu yang *complain*, saat terjadi airhujan masuk kedalam *outlet Golfer's Terrace* membuat tamu merasa tidak nyaman begitupun dengan cuaca panas di *outlet Golfer's Terrace* tidak memiliki *Air Conditioner*, sehingga tamu yang datang ke *outlet Golfer's Terrace* merasa kepanasan. Dilihat dari letak kounter *cashier* terletak pada pintu masuk dan menyebabkan *cashsier* tidak bisa mengontrol tamu keluar masuk di *outlet Golfer's Terrace* sehingga banyak tamu tidak membayar makanan dan minuman yang telah dipesan.

*-Promotion :* yaitu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki produk atau jasa untuk memperkenalkan miliknya tersebut kehalayak ramai dan juga tujuan dari promosi tersebut adalah menginformasikan produknya tersebut kemasyarakat atau pengguna media sosial. Tetapi promosi yang dilakukan oleh *outlet Golfer's Terrace* belum mampu mencapai pendapatan yang ditentukan. Ini

bisa dilihat dari kurangnya promosi yang dilakukan, di website atau brosur. Promosi yang dilakukan di beberapa tempat belum bisa mencapai pendapatan makanan dan minuman yang ditentukan.

Penulis ingin melihat bagaimana pengaruh *sales promotion* dalam tingkat pendapatan makanan dan minuman yang dilakukan oleh pihak Hotel Nilai Springs Resort Malaysia dalam melakukan kegiatan promosi kepada tamu. Untuk Hotel Nilai Springs Resort Malaysia itu sendiri perlu memperhatikan posisi, penempatan dari produk hotel mereka. Tidak mudah untuk menanamkan produk di benak tamu. *Sales promotion* yang dilakukan tidak hanya digunakan hotel untuk mengejar pendapatan melainkan menawarkan produk-produk yang terbaik di Hotel Nilai Springs Resort Malaysia tepatnya di *Outlet Golfer's Terrace* yang berbeda dari hotel-hotel dan outlet yang berada di Negeri Malaysia.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Sales Promotion Terhadap Pendapatan Makanan dan Minuman pada Outlet Golfer's Terrace Di Hotel Nilai Springs Resort Malaysia”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi kurang adanya *sales promotion* yang dilakukan di *Outlet Golfer's Terrace* Hotel Nilai Springs Resort Malaysia.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Sejauhmana Pengaruh dari *sales promotion* terhadap tingkat pendapatan makanan dan minuman di *outlet golfer's terrace* ?
2. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi *sales promotion* terhadap tingkat pendapatan makanan dan minuman di *outlet golfer's terrace* ?
3. Apa upaya dari pihak hotel dalam hal ini peran dari *Sales & Marketing Departement* dalam pengaruh *sales promotion* dalam tingkat pendapatan makanan dan minuman ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Sejauhmana Pengaruh dari *sales promotion* terhadap tingkat pendapatan makanan dan minuman di *outlet golfer's terrace*
2. Tujuan Penelitian ini mengetahui cara menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi *sales promotion* terhadap tingkat pendapatan makanan dan minuman di *outlet golfer's terrace*
3. Tujuan Penelitian ini mengetahui bagaimana upaya dari pihak hotel dalam hal ini peran dari *Sales & Marketing Departement* dalam pengaruh *sales promotion* dalam tingkat pendapatan makanan dan minuman

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan hal-hal yang bermanfaat bagi pihak pihak yang berkepentingan diantaranya :

##### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebagai berikut :

1. Pentingnya *sales promotion* terhadap tingkat pendapatan makanan dan minuman di outlet Golfer's Terrace.
2. Menambah wacana keilmuan terutama dalam bidang penggunaan analisis statistika.

#### 1.5.2 Manfaat Bagi Industri

Tugas akhir dibuat sebagai bahan masukan untuk industri tentang pentingnya *sales promotion* dalam tingkat pendapatan makanan dan minuman kepada tamu yang datang ke Hotel Nilai Springs Resort Malaysia.