

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkawinan adalah suatu kejadian menggembirakan yang terjadi kepada banyak orang yang sudah berjanji sehidup semati. Semua orang menginginkan untuk dapat melangsungkan pernikahan dengan calon pasangan yang sudah ditentukannya. Maka dari itu, perkawinan adalah suatu kejadian yang dinanti – nantikan oleh calon pengantin yang telah merencanakan pernikahannya dan menjadi momen yang tidak terlupakan, tidak hanya bagi calon pasangan, melainkan bagi sanak keluarga, kerabat, dan tamu yang akan diundangnya.

Pada zaman ini, perkawinan digelar tidak hanya dengan cara yang traditional yang dilakukan seperti zaman dahulu. Tetapi, perkawinan digelar dengan tema yang unik dan dilakukan di tempat – tempat yang tidak seperti biasanya. Perkawinan seperti itu bisa disebut dengan *Destination Wedding*.

Menurut Showell, “*A destination wedding is defined as marrying just 100 or more miles from where the bride currently lives*” (Showell, 2012).

Destination wedding dapat diartikan sebagai prosesi pernikahan yang dilakukan oleh wisatawan di suatu daerah (khususnya destinasi pariwisata) yang bukan merupakan daerah asal pengantin tersebut dan juga menggunakan jasa *wedding organizer* atau *wedding planner* dalam atau luar negeri sesuai dengan keinginan mereka.

Menurut Moira, Mylooulos & Parthenis, 2011, “*Hence wedding travel is now considered as being an important part of the tourism industry due to socio-economic changes of the modern society with Bali, Seychelles, Maldives, Phuket, Mauritius and others as the most suggested exotic wedding destination*”.

Berdasarkan kutipan diatas dapat dikatakan bahwa Bali dapat dikategorikan sebagai salah satu lokasi untuk *destination wedding*. Dilansir dari tribunnnews, Sekretaris *Bali Wedding Association* (BWA), Marcelino

Wauran, mengatakan Bali menjadi destinasi favorit *wedding* atau resepsi pernikahan baik bagi *local market* hingga wisatawan mancanegara (wisman). Dilansir dari balipost, Ketua *Bali Wedding Association* (BWA), Sinly Anfemi, “Untuk di Bali jumlah *event wedding* terus bertambah, dalam sebulan selama *peak season*, bisa mencapai 500 sampai 1.000 *event wedding* untuk Tiongkok saja, belum lagi dari negara lain seperti India yang kini juga mulai meningkat. Negara – negara seperti Tiongkok, India, Jepang, dan Australia mendominasi destinasi *wedding* di Bali.

Berdasarkan pernyataan tersebut, *Destination Wedding* di Bali memiliki peluang yang pesat dan menjanjikan. Hal tersebut juga dapat dilihat dengan diadakannya *Bali International Wedding Forum* antara Kementerian Pariwisata Indonesia dengan *Bali Wedding Association* dengan agen WO dari China pada bulan Desember 2018. Selain itu, hal ini dapat dibuktikan dengan beberapa artis mancanegara dan artis dalam negeri yang menyelenggarakan perkawinan mereka di Pulau Dewata, Bali seperti Jennifer Hawkins & Jake Wall, Chris Pratt & Anna Faris, Ken Zhou & Vivien, Ryu Seong Soo, Raffi Ahmad & Nagita. Beberapa daerah di Bali yang dikenal sebagai tempat favorit untuk menyelenggarakan perkawinan yaitu Uluwatu, Nusa Dua, Sanur, Ubud, Jimbaran, dan Seminyak.

Seiring dengan berkembangnya tren destinasi *wedding* di Bali, persaingan yang tajam antara setiap hotel - hotel yang menyediakan jasa pernikahan di Bali untuk membuka peluang usaha yang baru sehingga membuat setiap perusahaan berlomba – lomba untuk menawarkan jasa yang mereka punyai.

Besarnya daya tarik terhadap kesempatan untuk mengembangkan usaha dan relasi yang didapatkan dari tren destinasi *wedding* mendorong perusahaan di bidang tersebut untuk memberikan jasa yang terbaik agar tetap bertahan pada persaingan.

Hotel merupakan salah satu fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung yang berpergian ke suatu tempat. Hotel memberikan jasa pelayanan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen. Tentunya setiap hotel berusaha untuk memperoleh keuntungan dari komponen - komponen yang ada di masing - masing hotel. Selain kamar dan restoran, komponen lainnya seperti

spa, boutique, wedding juga dibutuhkan pada perkembangan permintaan pasar pada jaman ini. Salah satu komponen yang dibutuhkan dan berkembang pesat sekarang ini adalah *wedding* yang dapat diartikan sebagai perkawinan.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Alila Villas Uluwatu untuk memenuhi permintaan pasar sebagai salah satu akomodasi yang menyediakan jasa *wedding* di area pariwisata Uluwatu. Alila Villas Uluwatu merupakan *resort* mewah yang dirancang oleh arsitektur WOHA, masing-masing dari 65 vila menampilkan desain kontemporer modern yang terinspirasi dari Bali dan juga Alila Villas Uluwatu berdiri di tepi tebing tropis dengan pemandangan spektakuler yang menghadap ke Samudera Hindia serta *sunset* pulau Bali yang indah dan keunikan desain *cabana* yang menyerupai sangkar burung yang menjadikan Alila Villas Uluwatu sebagai salah satu tempat terbaik untuk merayakan hari bahagia bagi setiap pasangan. Dan juga, Alila Villas Uluwatu menjadi salah satu *resort* unggulan di area uluwatu dengan mendapatkan beberapa penghargaan yang diterima di bidang akomodasi dan *wedding*, salah satu nya yang terbaru adalah *Best Villa in Asia* dari *Haute Grandeur Global Hotel Awards 2018* dan juga *Best Wedding Hotel* dari *Wedding Honour Award, Most Influential Destination Wedding in Asia 2019*.

Berbagai pilihan *wedding package* disediakan oleh Alila Villas Uluwatu, mulai dari perayaan yang sederhana dan *private* hingga perayaan besar dan mewah sangat dimungkinkan untuk dilaksanakannya. Semua hal yang berkaitan dengan *wedding* berada dibawah naungan *Sales Event Departement* Alila Villas Uluwatu.

Berikut (halaman selanjutnya) adalah tabel daftar *wedding package* yang ditawarkan di Alila Villas Uluwatu untuk periode tahun 2019 – 2020 :

TABEL 1.1

Harga *wedding packages* periode 2019 - 2020

No.	<i>Wedding Packages</i>	Harga 2019 (IDR)
1.	<i>Hilltop Wedding</i> (maksimal 12 tamu)	IDR 45.000.000 nett
2.	<i>Cliff-Edge Cabana Wedding</i> (maksimal 30 tamu)	IDR 95.000.000 nett
3.	<i>Cliff-Edge Cabana Wedding</i> (maksimal 50 tamu)	IDR 105.000.000 nett
4.	<i>Cliff-Edge Cabana Wedding & Private Villa Reception / Cabana Lawn Dinner</i> (50-80 tamu)	IDR 210.000.000 nett
5.	<i>Cliff-Edge Cabana Wedding & Cabana Lawn Dinner</i> (maksimal 120 tamu)	IDR 700.000.000 nett
6.	<i>Resort Exclusivity (Resort Buy Out)</i>	IDR 1.375.000.000 nett

Sumber : *Sales Event Departement Alila Villas Uluwatu*

Di tabel 1.1, dapat dilihat bahwa Alila Villas Uluwatu memiliki bermacam-macam *wedding package* yang ditawarkan tergantung dari *package* yang diinginkan dan dibutuhkan oleh calon pengantin. Setiap *package* dibuat untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh calon pasangan seperti *Resort Exclusivity / Resort Buy Out* yang memiliki harga termahal yaitu IDR 1.375.000.000 nett karena *package* ini sudah termasuk dengan penggunaan *resort* selama 2 x 24 jam untuk memenuhi kebutuhan acara, 50 unit *One-bedroom Pool Villa* untuk dua malam, dan juga dapat memuat 120 - 400 tamu dan juga sudah termasuk fasilitas lainnya. *Hilltop wedding* merupakan *wedding package* yang mempunyai harga yang paling rendah yaitu IDR 45.000.000 nett karena *package* ini hanya terbatas untuk 12 tamu dan juga lokasi *wedding* yang berada di *hilltop*.

Dan juga tersedianya *package* lainnya disesuaikan dengan banyaknya jumlah tamu dan area resepsi yang dipilih sesuai keinginan masing-masing calon pengantin. *Wedding Package* yang terjual pun cukup beragam sesuai dengan besar kecilnya *event* perkawinan yang berlangsung. Berikut merupakan tabel data lengkap mengenai jumlah acara *wedding* yang sudah terjadi dari tahun 2015 - 2018 di Alila Villas Uluwatu.

TABEL 1.2

Tabel jumlah *wedding* di Alila Villas Uluwatu dari tahun 2015 - 2018

No	Bulan	Jumlah Wedding			
		2015	2016	2017	2018
1	Januari	8	11	15	17
2	Februari	10	14	9	6
3	Maret	8	15	16	12
4	April	11	20	14	20
5	Mei	18	18	28	40
6	Juni	16	26	29	42
7	Juli	17	23	20	31
8	Agustus	22	19	26	29
9	September	28	24	34	37
10	Oktober	21	10	31	35
11	November	17	14	26	17
12	December	10	10	10	13
Total		186	204	258	299

Sumber : *Sales Event Departement* Alila Villas Uluwatu (Data diolah)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa perkembangan *event wedding* di Alila Villas Uluwatu mengalami peningkatan setiap tahunnya walaupun di beberapa bulan ada mengalami penurunan dan kenaikan, tetapi untuk total jumlah *wedding* dari tahun 2015 – 2018 mengalami peningkatan. Dengan demikian, *event wedding* tersebut sangat berkembang dan mempunyai peluang untuk memperluas sangat menjanjikan di Alila Villas Uluwatu. Untuk lebih mengembangkan dan memperluas permintaan pasar, kegiatan pemasaran dibutuhkan oleh tim *Sales Event* Alila Villas Uluwatu. Dalam hal ini, salah satu komponen bauran pemasaran yaitu promosi akan diteliti, sebab promosi

mempunyai peran penting dalam setiap usaha dan juga untuk menarik klien sebanyak mungkin dan juga untuk menaikkan penjualan *wedding packages* dari tahun ke tahun. Promosi dan penjualan saling berkaitan, karena dengan adanya promosi, volume penjualan dapat meningkat. Jika volume penjualan mengalami peningkatan, maka dapat mendapatkan keuntungan untuk perusahaan. Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan menggunakan konsep *promotional mix* atau bauran promosi yang adalah salah satu komponen dari *marketing mix* atau bauran pemasaran. “Bauran promosi atau *promotional mix* merupakan kombinasi dari variabel – variabel promosi, yaitu periklanan (*advertising*),promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) yang digunakan agar tujuan program penjualan tercapai”. (Kotler dan Keller, 2012:478)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dilihat bahwa identifikasi masalah yang ada adalah bahwa adanya persaingan ketat khususnya di area Uluwatu dengan beberapa saingan yang serupa yang menyediakan *wedding packages*. Berikut merupakan daftar harga *wedding packages* untuk beberapa tempat yang ada di daerah Uluwatu.

Tabel 1.3

Tabel harga wedding packages di beberapa venue di sekitar area Uluwatu

No	Wedding Venue	Jenis wedding packages & Harga
1.	Bulgari Hotels & Resort	<ul style="list-style-type: none"> • Chapel Wedding (IDR 102.500.000 nett) • Bulgari Villa Wedding (IDR 256.000.000 nett) • Buyout packages (IDR 4.365.050.000 nett)
2.	Banyan Tree	<ul style="list-style-type: none"> • Eternity Cliff Edge (IDR. 69.575.000 nett)

		<ul style="list-style-type: none"> • The White Dove (IDR 84.700.000 nett) • Affinity Wedding (IDR. 145.054.800 nett) • Infinity Wedding Water (IDR 137.335.000 nett) • Buyout packages (IDR 1.650.239.140 nett)
3.	Six Senses	<ul style="list-style-type: none"> • Aarunya Lawn (IDR 87.000.000++) • Andakara Royal (IDR 249.999.000++) • Andakara Wedding (IDR 122.000.000++) • Infinity Wedding (IDR 279.986.000++) • Andakara Wedding Package (IDR 1.916.640.000 nett)
4.	Tirtha Bridal	<ul style="list-style-type: none"> • Gracious Pearl (IDR 47.000.000) • Dazzling Amber (IDR 57.000.000) • Island Flair (Dimulai dari IDR 125.000.000) • Lavish with Glass House (Dimulai dari IDR 130.000.000) • Splendid with Tirtha (Dimulai dari IDR 130.000.000)
5.	Kamaya Bali	<ul style="list-style-type: none"> • Morning Bliss Packages (IDR 55.000.000) • Stunning Sunset Packages

		(IDR 150.000.000)
6.	The Edge	<ul style="list-style-type: none"> • The Intimate Wedding (IDR 71.500.000) • The Cliff Wedding (IDR 123.500.000) • The Sea Wedding (IDR 247.000.000) • The Sky Wedding (IDR 377.000.000) • The Horizon Wedding (IDR 595.000.000) • The Edge Wedding (IDR 725.000.000)

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa banyaknya *wedding venue* di sekitar area Uluwatu yang menawarkan jasa yang sama dan memiliki jenis dan harga *wedding packages* yang beragam. Dengan itu, tanpa adanya bauran promosi maka dapat kalah dalam persaingan dengan pesaing lainnya yang memiliki jasa yang serupa.

1.3 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan memiliki berbagai masalah yang harus dipecahkan demi kelangsungan usaha tersebut. Bersumber pada latar belakang, identifikasi masalah, bahwa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana bauran promosi yang dilakukan oleh tim *Sales Event* Alila Villas Uluwatu?
2. Bagaimana pengaruh bauran promosi dalam meningkatkan penjualan *wedding packages* di Alila Villas Uluwatu?
3. Bauran promosi manakah yang paling dominan dalam meningkatkan penjualan *wedding packages* di Alila Villas Uluwatu?

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dibutuhkan sehingga penelitian lebih terstruktur dan tidak membahas hal – hal yang lebih luas. Bersumber pada identifikasi masalah tersebut, penelitian ini dibatasi karena melihat kepada pokok batasan – batasan yaitu peneliti akan memfokuskan masalah dalam bauran promosi yang digunakan dan pengaruhnya terhadap penjualan *wedding packages* di Alila Villas Uluwatu.

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dari penelitian tersebut yaitu :

- Untuk memahami bauran promosi yang dijalankan oleh tim *Sales Event* Alila Villas Uluwatu
- Untuk memahami pengaruh bauran promosi dalam meningkatkan penjualan *wedding packages* di Alila Villas Uluwatu
- Untuk memahami bauran promosi yang paling dominan yang mempengaruhi penjualan *wedding packages* di Alila Villas Uluwatu.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian untuk beberapa pihak dari tugas akhir ini yaitu:

- Bagi peneliti
Manfaat penelitian dapat berguna untuk peneliti yaitu untuk mengimplementasikan teori – teori yang dipelajari pada masa perkuliahan, dan juga memperluas pengetahuan dan wawasan peneliti yang belum pernah diketahui sebelumnya.
- Bagi perusahaan (Alila Villas Uluwatu)
Manfaat penelitian dapat berguna untuk tim *Sales Event* Alila Villas Uluwatu untuk menjadi informasi pertimbangan untuk dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan kegiatan promosi.
- Bagi universitas
Manfaat penelitian dapat berguna untuk Podomoro University untuk memperbanyak referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian sejenis pada masa yang akan datang.