

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali merupakan salah satu pulau yang sangat banyak dikunjungi oleh para wisatawan, karena terdapat banyak destinasi-destinasi wisata yang sangat menarik perhatian yaitu wisata alam seperti beberapa danau yang indah, sungai, gunung dan kawasan hutan, tidak luput juga dari wisata kuliner serta budaya. Berdasarkan TEMPO.CO pada 7 Maret 2018 silam, Tulus WIjanarko mengatakan bahwa Pulau Dewata yang dikenal sebagai Bali ini dinobatkan sebagai destinasi nomor satu di dunia pariwisata. Perkembangan pariwisata di Bali saat ini semakin berkembang pesat dengan adanya dukungan dari kunjungan para wisatawan asing maupun nasional serta sarana dan prasarana yang dapat melengkapi kebutuhan para wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali. Bali memiliki beberapa daerah dengan karakteristik masing-masing pada setiap lokasinya seperti Kuta, Jimbaran, Ubud, Canggu dan Seminyak.

Gambar 1.1 Kunjungan Wisman ke Indonesia per Tahun, 2014 – 2018

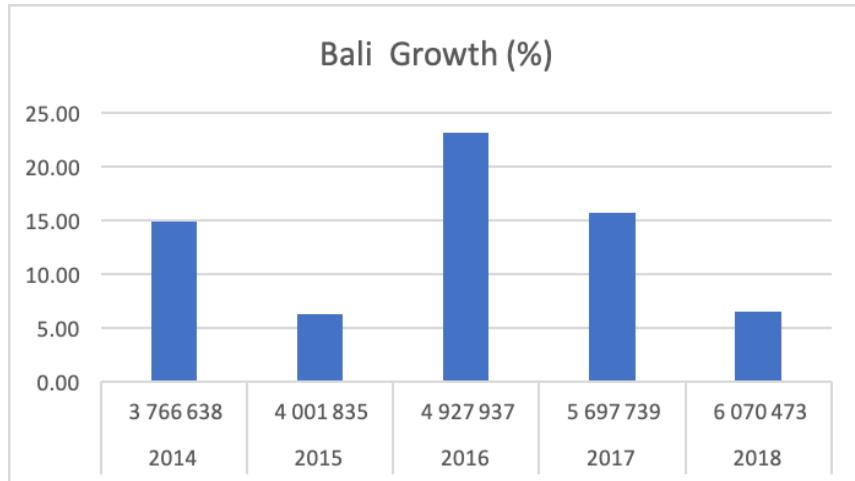


Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia (2019)

Kunjungan wisman ke Indonesia menjadi salah satu peluang Indonesia untuk mengembangkan bisnisnya untuk berpartisipasi mengisi fasilitas-fasilitas untuk para

wisatawan yang berkunjung. Terlihat dalam data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia mengenai kunjungan wisman ke Indonesia yang selalu mengalami peningkatan dari tahun 2014 sampai tahun 2019.

Gambar 1.2 Kunjungan Wisman ke Bali per Tahun, 2014 – 2018



Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia (2019)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali, jumlah kunjungan wisman yang berkunjung ke Bali sempat mengalami penurunan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti tragedi meletusnya Gunung Agung, ancaman teroris, serta stabilitas politik yang terjadi selama tahun 2014 hingga 2018 terakhir.

Gambar 1.3 Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali per Tahun, 2014-2018



Sumber : Hasil Survei Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Terlihat pada tabel diatas yang diperoleh dari hasil survei Dinas Pariwisata Bali, menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Bali selama 5 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data kunjungan wisatawan mancanegara maupun nasional yang diambil dari Badan Pusat Statistik Indonesia, dapat disimpulkan bahwa Bali memiliki potensi nilai bisnis yang cukup tinggi, dikarenakan kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik yang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sehingga para pelaku bisnis dapat lebih leluasa membangun usahanya untuk mengembangkan bisnisnya masing-masing terlebih dalam sektor pariwisata yang menyediakan akomodasi atau jasa penginapan seperti hotel, villa dan lain sebagainya.

Terlihat dengan pelebaran daerah wisata bali yang merambah hingga ke Selatan Bali. Daerah-daerah seperti Pecatu, Jimbaran, dan Uluwatu tengah menjadi sorotan dunia dengan dibukanya beberapa hotel dan destinasi baru seperti GWK, Omnia, Apurva Kempinski, dan Renaissance. Destinasi tersebut merupakan bagian dari merek-merek besar bertaraf International yang dijadikan sebagai acuan stimulus persaingan dunia perhotelan dalam skala global. Salah satu merek besar tersebut adalah InterContinental Hotels Group (IHG) perusahaan manajemen hotel yang berpusat di Buckinghamshire, United Kingdom yang mengelola empat belas yaitu;

Kimpton, Regent, InterContinental, Hotel Indigo, VOCO, Staybridge, Candlewood, Crowne Plaza, Hualuxe, Holiday Inn, Holiday Inn Club Vacations, Holiday Inn Express, Even Hotels dan Avid.

Peneliti akan membahas salah satu merek hotel dari anggota member InterContinental Hotels Group (IHG), yaitu Hotel Indigo yang pertama kali didirikan pada tahun 2004 di pertengahan kota Atlanta, Amerika Serikat dengan konsep hotel butik. Keunikan hotel ini berdasarkan ciri khas budaya lokal sekitar diikuti dengan desain moderen serta dilengkapi dengan pelayanan terbaik. Kini Hotel Indigo hadir di Pulau Dewata Bali, terletak di salah satu kawasan elit Seminyak.

Seminyak merupakan salah satu kawasan wisata yang dikenal akan restoran dan *bar* kelas dunia berstandar International atau sebagai kawasan elit bagi para wisatawan yang berkunjung ke Bali karena memiliki berbagai macam fasilitas mewah dalam kawasan tersebut. Keindahan yang ditawarkan oleh Seminyak juga tidak kalah dengan tempat-tempat lainnya yang ada di Bali, karena masih terdapat unsur-unsur budaya Bali yang sangat kental seperti pura yang terletak di kawasan Camplung Tanduk yang menjadi salah satu ikon pura di Seminyak, Chez Gado Gado yang merupakan restoran dengan pemandangan pantai tertua di Bali dan juga terdapat pusat perbelanjaan metropolis, serta dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas dalam dunia pendidikan seperti *surfing lesson*, belajar berkuda dan lain sebagainya.

Selain itu, perkembangan dunia industri Meeting, Incentive, Conference, Exhibition (MICE) juga memiliki beragam jenis kegiatan industri jasa yang diketahui dengan menyediakan jasa pelayanan. MICE merupakan bisnis yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terutama bagi negara berkembang. Dengan dunia persaingan yang semakin ketat dan tidak bisa dihindari, maka Hotel Indigo Bali Seminyak Beach harus memiliki strategi bauran promosi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut. Berkembangnya industri MICE yaitu sebagai industri baru yang dapat menguntungkan, karena MICE merupakan industri yang beragam terutama dalam sektor pariwisata. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk mendorong tingkat pertumbuhan para pengusaha penyelenggara dalam bidang

MICE, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini industri MICE dapat dijadikan sebagai industri yang saat ini banyak diminati oleh para pelaku bisnis.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka akan diteliti mengenai **“Analisis Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk MICE di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, pemilik hotel selaku pebisnis yang ingin mendirikan usahanya memilih Seminyak sebagai tempat untuk mengembangkan bisnisnya dalam dunia sektor pariwisata. Yaitu dengan membangun Hotel Indigo Bali Seminyak Beach dengan mengangkat *neighbourhood story* sekitar area sebagai tema yang akan dituangkan ke dalam konsep hotel tersebut. Dikarenakan persaingan dalam dunia perhotelan di daerah seminyak semakin ketat, maka dibutuhkan strategi bauran promosi yang matang untuk membangun serta meningkatkan penjualan dalam persaingan pasar di daerah Seminyak, terutama penjualan produk MICE. Banyaknya akomodasi bintang 5 di area Seminyak yang sudah lebih dulu berdiri dibandingkan Hotel Indigo Bali Seminyak Beach, membuat hotel ini harus menyusun strategi promosi yang lebih tepat. Karena pada dasarnya produk MICE memiliki peran terbesar dalam peningkatan penjualan produk-produk yang ada di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Walaupun produk MICE masih terbilang cukup baru, akan tetapi produk MICE merupakan pengaruh terbesar dalam meningkatkan penjualan. Karena produk MICE memiliki banyak anggota atau pesertanya dengan mengadakan sebuah pertemuan di dalam suatu acara (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition)

Peningkatan dari jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Bali, juga mengakibatkan meningkatnya jumlah pesaing bagi setiap pengusaha perhotelan yang mengharuskan perusahaan untuk menggunakan strategi bauran promosi (*promotion mix*) sehingga dapat bersaing dengan para pesaingnya. Dalam industri pariwisata, yang berfokus pada dunia perhotelan atau akomodasi di Bali merupakan industri yang bergerak di bidang jasa dan memiliki daya saing yang cukup tinggi.

Produk MICE hadir sebagai pelengkap untuk membantu meningkatkan penjualan di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Produk MICE di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach menjadi sorot perhatian untuk dapat ditingkatkan penjualannya, maka dari itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana startegi bauran promosi yang dilakukan agar dapat melihat strategi bauran promosi mana yang paling efektif atau dominan dalam meningkatkan penjualan produk MICE.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah bauran promosi yang meliputi periklanan (advertising), penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), dan pemasaran langsung (direct marketing) yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan produk MICE pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach?
- b. Bauran promosi apakah yang paling dominan dalam meningkatkan penjualan produk MICE pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach?

1.4 Batasan Penelitian

Analisa dari bauran promosi yang dilakukan oleh departemen *sales & marketing* Hotel Indigo Bali Seminyak Beach terhadap peningkatan penjualan produk MICE, masih dibutuhkan penelitian untuk menemukan bauran promosi yang paling dominan. Berikut adalah batasan penelitian :

- a. Penelitian ini akan dilaksanakan mulai Februari 2019 hingga Juni 2019.
- b. Penelitian ini hanya meneliti mengenai analisa dari bauran promosi yang dilakukan oleh departemen *sales & marketing* Hotel Indigo Bali Seminyak Beach untuk peningkatan penjualan produk MICE.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan produk MICE pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach.
- b) Untuk mengetahui bauran promosi yang paling dominan yang mempengaruhi peningkatan penjualan produk MICE pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

a) Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti tentang analisa bauran promosi, dan mengetahui perbandingan antara teori dengan fakta yang ada pada industri dan menerapkan secara langsung ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

b) Manfaat bagi Hotel Indigo Bali Seminyak Beach

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan data yang jelas kepada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach sebagai informasi dan masukan dalam mengembangkan strategi bauran promosi untuk meningkatkan penjualan produk MICE.

c) Manfaat bagi Universitas Podomoro

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambahkan wawasan pengetahuan baru serta dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam Fakultas Hotel Bisnis Program. Bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan topik yang sama.