

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perhotelan di Indonesia menghadapi peningkatan di tengah lingkungan bisnis yang sedang berkembang pesat. Banyaknya wisatawan yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri serta banyaknya pelaku bisnis yang sering memakai jasa industri perhotelan untuk memenuhi kebutuhan rapat di luar kantor dapat memberikan kontribusi yang positif bagi peningkatan penjualan produk di hotel. Namun demikian jika peluang ini tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh pihak hotel, maka akan mengakibatkan kerugian bagi hotel tersebut yang disebabkan oleh berkurangnya tingkat hunian hotel.

Salah satu unit atau departemen yang memiliki tanggung jawab dalam hal meningkatkan tingkat hunian serta peningkatan penjualan produk adalah unit Sales Marketing. Unit ini mempunyai tugas untuk menjual produk – produk yang ada di suatu perusahaan. Sales Marketing juga harus bisa menawarkan produk – produk dari perusahaan mereka yang dikemas secara menarik dan sesuai dengan kebutuhan para target konsumen mereka.

Sales Marketing memiliki beberapa strategi agar bisa mempromosikan produk yang mereka jual kepada para konsumen. Di tengah maraknya persaingan yang terjadi pada suatu dunia industri, semua Sales Marketing berusaha untuk menonjolkan keunggulan dari produk perusahaan mereka masing – masing. Menurut pakar marketing dunia yang bernama Kotler dan Amstrong pada tahun (2012:92) mengatakan *marketing mix* adalah perangkat pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan yang terakhir adalah promosi digabungkan untuk mendapatkan respon yang diharapkan dari pasar sasaran.

Dengan memperhatikan elemen – elemen yang di marketing mix, tim sales marketing dapat menghasilkan penjualan yang maksimal dan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian jika komponen dari marketing mix tersebut dapat dilaksanakan maka memberikan kontribusi yang positif bagi hotel tersebut.

Salah satu hotel yang berkembang baik ditengah pusat kota Jakarta adalah hotel Hotel Harris Vertu merupakan hotel berbintang 5 dan Yello Hotel bebintang 4. Dalam perkembangan hotel ini harus mampu bersaing dengan hotel-hotel sejenis disekitarnya. Dan dengan perlunya strategi yang baik dalam hal melakukan pemasaran produk hotel. Akan tetapi pada saat ini aktivitas pemasaran hotel Harris Vertu masih terbatas pada banyaknya hotel di sekitar Harris Vertu dan Yello Harmoni, kondisi ini berhubungan dengan tidak diketahui kekuatan kelemahan peluang serta tantangan yang nantinya akan dihadapi oleh hotel Harris Vertu dan Yello Harmoni dalam melakukan kegiatan pamarannya.

Jika hal ini di biarkan maka akan berdampak buruk pada tingkat penjualan Hotel Harris Vertu. Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian ini akan diteliti mengenai Strategi marketing mix di hotel Harris Vertu.

Elemen – elemen dalam marketing mix adalah produk, produk yang dimaksud adalah produk yang tim sales marketing di hotel akan pasarkan seperti ruangan meeting. Produk yang dijual harus memiliki keunikan tersendiri untuk menarik konsumen, seperti di Harris Vertu yang memiliki ruangan meeting yang elegan dan memiliki nornamen berdasarkan jenis kain. Sedangkan Yello Harmoni memiliki disain yang kekininan dan memiliki mural yang berada di dalam ruangan meeting mereka.

Elemen selanjutnya adalah Harga, harga yang ditawarkan oleh tim sales berbeda satu sama lain, mulai dari harga untuk pemerintah, untuk perusahaan, atau harga untuk per-orangan.

Kemudian elemen selanjutnya adalah Tempat, Harris Vertu berada di pusat kota Jakarta, berada di pusat kota menjadi keuntungan tersendiri bagi Harris Vertu dikarenakan banyaknya kantor pemerintah di area tersebut dan juga Harmoni menjadi pusat bisnis di Jakarta. Maka dari itu sangat wajar bagi Harris Vertu sering sekali konsumen dari pemerintahan untuk melakukan acara dengan menggunakan ruangan meeting di Harris Vertu.

Elemen yang terakhir adalah promosi, hampir setiap bulan suatu industri memiliki promosi untuk menarik minat konsumen memakai produk yang industri tersebut tawarkan. Di Harris Vertu sendiri untuk promosi dilakukan oleh tim markom yang masih satu departemen dengan tim sales. Setiap akan mengadakan promosi, tugas dari tim markom adalah melakukan sesi pengambilan gambar untuk mereka publikasikan lewat media social atau di media cetak.

Di Hotel Harris Vertu, tim sales marketing harus menjual ruangan – ruangan acara yang ada pada kedua hotel. Ruangan itu berupa ballroom dan ruangan meeting. Target pasar mereka adalah pemerintah dan perusahaan – perusahaan yang ada di daerah Jakarta.

Harris Vertu memiliki lokasi yang strategis dikarenakan lokasi mereka yang berada di pusat kota dan dapat dijangkau dengan mudah dengan berbagai alat transportasi yang ada di Jakarta. Dengan memberikan harga dan paket yang menarik, tim sales marketing juga mampu menarik beberapa konsumen loyal seperti pemerintahan agar mereka selalu datang untuk berbisnis dengan hotel.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang ada pada Harris Vertu maka identifikasi masalah yang akan diuraikan adalah:

- a) Detil dari keinginan konsumen kurang lengkap,
- b) Adanya konsumen yang mengubah keinginan mereka secara mendadak pada saat acara,
- c) Kurangnya komunikasi antara tim sales marketing dengan rekan kerja di posisi lain.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang bisa diambil adalah:

- a) Bagaimana marketing mix di Harris Vertu,
- b) Bagaimana strategi marketing mix di Harris Vertu.

## **1.4 Batasan Penelitian**

Batasan penelitian pada penelitian ini adalah Harris Vertu yang terletak di Jl. Hayam Wuruk Harmoni, Jakarta.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang akan diteliti adalah:

- a) Untuk mengetahui marketing mix di Harris Vertu Jakarta,
- b) Untuk mengetahui startegi marketing mix di Harris Vertu Jakarta.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang akan peneliti lakukan adalah untuk bisa mengembangkan proses marketing mix di hotel untuk mengurangi masalah yang sering didapat, untuk mendapatkan lebih banyak tamu dan yang sekarang menjadi sumber masalah bagi peneliti.