

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti terlebih dengan adanya globalisasi ekonomi yang semakin membuka kesempatan bagi pengusaha asing untuk menjangkau pelanggan lokal. Pengaruh dari globalisasi menyebabkan perusahaan jasa berkembang dengan cepat diikuti dengan pertumbuhan jumlah usaha akomodasi di seluruh Indonesia.

Yang dimaksud dengan usaha akomodasi disini adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan yang didirikan secara khusus sehingga setiap orang dapat menginap, mengkonsumsi makanan, minuman serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya seperti ruang meeting, arena hiburan dan rekreasi untuk menunjang kebutuhan pelanggannya dengan metode pembayaran.

Dewasa ini industri perhotelan sangat pesat perkembangannya, seiring dengan berkembangnya teknologi industri, ekonomi, dan bisnis pariwisata (*Tourism Business*). Hotel memberikan peranan penting dalam sektor kepariwisataan dimana para pengunjung dapat beristirahat dan berekreasi sekaligus melakukan kegiatan bisnis seperti rapat, seminar, konferensi, serta pertemuan-pertemuan lainnya.

Setiap tahun arus wisatawan yang datang ke Indonesia khususnya Jakarta terus meningkat. Peningkatan ini harus diimbangi dengan peningkatan penyediaan kamar, maka itu usaha perhotelan sangat menjanjikan bagi para penanam modal untuk mendirikan hotel khususnya di daerah ibukota Jakarta. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah hotel berbintang di Jakarta mulai dari hotel berbintang hingga hotel sekelas melati.

Meningkatnya jumlah hotel berbintang di Jakarta, khususnya di kawasan pusat bisnis kota, secara langsung dan tidak langsung akan menambah tingginya angka persaingan dalam menambah tamu sebanyak-banyaknya, terutama dalam jasa pelayanan, fasilitas kelengkapan yang memberikan berbagai kemudahan sekaligus kenyamanan dan ketentraman selama akomodasi berlangsung, disamping perang tarif hotel untuk mendapatkan tingkat hunian kamar yang tinggi (*high occupancy*).

Pada era sekarang ini, tingkat persaingan dunia perhotelan sangatlah ketat. Hal ini menyebabkan hotel semakin sulit untuk meningkatkan jumlah customer (pelanggan). Banyaknya pemain dalam pasar yang menghadirkan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat hotel semakin merebut pasar pesaing. Banyak kompetitor yang telah memenangkan *mind share* masyarakat, salah satunya dengan memberikan fasilitas kamar yang nyaman, pelayanan yang prima serta benefit lainnya.

Begitu banyaknya jumlah hotel yang berada di kota Jakarta pastinya terjadi persaingan antar hotel yang cukup tinggi. Di tengah tingginya persaingan perhotelan

saat ini, pelaku bisnis hotel harus tetap mempertahankan kontinuitas bisnisnya dan berusaha mencari peluang dan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan agar tetap bertahan di bisnis ini. Salah satu cara yang dapat di tempuh oleh pelaku bisnis hotel tersebut ialah membangun loyalitas pelanggan dengan mempertahankan pelanggan yang ada sehingga mereka loyal dan tidak pindah ke pesaing lainnya. Pembentukan loyalitas dapat diciptakan dengan menyediakan kamar hotel beserta seluruh fasilitasnya dengan baik melalui pemberian pelayanan yang prima, seperti karyawan yang tangkas, ramah, penuh perhatian terhadap pelanggan. Karyawan hotel jelas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perasaan pelanggan hotel. Pelanggan hotel mengharapkan karyawan hotel ramah, bersahabat, mengetahui banyak tentang hotel tersebut, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggannya. Pembentukan loyalitas selain diperoleh dari hubungan pelanggan dapat juga dibentuk dengan komunikasi dan hubungan yang harmonis dengan pelanggan. Untuk menjembatani komunikasi dan hubungan yang harmonis antar pelanggan dengan perusahaan maka dibentuklah satu divisi yang disebut *Public Relation*. *Public Relations* memiliki tujuan untuk menciptakan hubungan baik dengan publik sasaran, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga diharapkan dapat menciptakan citra hotel yang baik. Dalam industry perhotelan, *Public Relations* dianggap mampu menciptakan kesan media yang baik secara cepat, dapat diukur, mampu dengan cepat memusatkan perhatian pada audiens baru, dapat menyampaikan cerita lebih mendalam dan lebih meyakinkan serta dapat

berkomunikasi langsung dengan konsumen misalnya untuk memberikan informasi kepada konsumen akan kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai *Public Relations* yang memiliki strategi masing – masing untuk merebut perhatian calon konsumennya. Menyikapi hal ini Hotel Atlet Century Park yang terletak di Jalan Pintu Satu Senayan Jakarta yang merupakan hotel bertaraf bintang empat, menciptakan sebuah divisi *Marketing Public Relations* yang membantu pemasaran dalam proses penjualan produk dan jasa perusahaan. Selain itu *Marketing Public Relations* berperan sebagai *Public Relations* yang memiliki kontak paling besar terhadap lingkungan external yaitu pelanggan. *Marketing Public Relations* Hotel Atlet Century Park mempunyai peranan penting yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menjaga keharmonisan untuk citra positif perusahaan, meningkatkan kepuasan pelanggan dan menekankan karyawannya untuk memberikan *excellent customer service* kepada pelanggan (pelayanan prima), merencanakan sampai menjalankan event, dan melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan demi tercapainya tujuan perusahaan.

Dalam upaya merebut perhatian masyarakat dari hotel pesaing *Marketing Public Relations* Hotel Atlet Century Park melakukan kegiatan promosi dan pemasaran produk hotel melalui sebuah Special Event CCI, CCI kepanjangan dari Century Club Indonesia, dimana dalam event ini *Marketing Public Relations* dapat

mempromosikan dan memperkenalkan produk perusahaan serta fasilitas-fasilitasnya dan pemberian reward kepada para booker yang telah berkontribusi untuk menginap berturut-turut di Hotel Atlet Century Park, selain itu kegiatan Special Event CCI tersebut dapat dimanfaatkan untuk menjalin komunikasi yang harmonis dengan konsumen loyal maupun calon konsumen. Kegiatan *Marketing Public Relations* dapat merangsang peningkatan jumlah pelanggan dan kepuasan konsumen melalui komunikasi dengan informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan yang positif yang ditimbulkan dan berkaitan dengan identitas perusahaan atau produknya sesuai dengan kebutuhan. Konsumen atau pelanggan merupakan hal yang paling penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Maka peran *Public Relation* menjadi ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan. Terkadang kegiatan *Marketing Public Relations* tidak selalu berjalan dengan mulus untuk mengambil perhatian dari konsumennya. Salah satu hal yang menjadi kendala misalnya seperti media promosi yang kurang efektif, perusahaan lain menawarkan benefit-benefit yang lebih banyak seperti discount, fasilitas kamar yang lengkap sehingga menarik perhatian konsumen. Dan faktor lain seperti pelayanan di hotel yang kurang memuaskan, seperti kebersihan kamar yang kurang maksimal serta karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan, dimana dampak yang ditimbulkan membawa hasil yang negatif di lingkungan perusahaan.

Tugas dari *Public Relations* memang sangat keras, *Public Relation* harus bisa mempertahankan konsumen agar tetap loyal di tengah kompetisi yang semakin

tinggi. karena itu *Marketing Public Relations* Hotel Atlet Century Park harus mengambil langkah-langkah jitu guna mengatasi persaingan yang terjadi dengan cara menjaga hubungan yang baik dengan internal hotel (karyawan) agar tetap konsisten dalam memberikan pelayanan prima terhadap pelanggan serta menjaga hubungan baik dengan eksternal (pelanggan) dan terus menerus menciptakan nilai dan keunggulan bersaing bagi pelanggan. Oleh sebab itu, atas dasar pertimbangan diatas, maka permasalahan ini sangat menarik untuk dianalisa dan dikaji sebagai objek penelitian dengan judul **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN MELALUI SPECIAL EVENT CCI (Studi Deskriptif Pada Divisi Marketing Public Relation Hotel Atlet Century Park Jakarta)**. Penelitian dilakukan karena peneliti ingin mengetahui tentang strategi yang digunakan oleh *Marketing Public Relation* di Hotel Atlet Century Park untuk meningkatkan jumlah pelanggannya agar tetap eksis dalam dunia bisnis perhotelan di tengah pesaingan yang cukup tinggi.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan proses yang dilakukan *Marketing Public Relation* Hotel Atlet Century Park dalam meningkatkan jumlah pelanggan di tengah persaingan dalam dunia perhotelan melalui sebuah *Special Event CCI*. Tujuannya agar Hotel

Atlet Century Park tetap bisa berkembang dan dapat bersaing dengan hotel pesaing dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan demi tercapainya tujuan perusahaan. Berdasarkan fokus masalah penelitian diatas maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- Bagaimana divisi *Marketing Public Relations* menjalankan strateginya untuk meningkatkan jumlah pelanggan melalui program kegiatan Special Event CCI?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan strategi yang digunakan pada divisi *Marketing Public Relation* Hotel Atlet Century Park Jakarta dalam menjalankan program kegiatan Special Event CCI untuk meningkatkan jumlah pelanggannya di tengah maraknya pertumbuhan jumlah hotel di Jakarta serta ketatnya persaingan pemasaran dalam dunia perhotelan.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dari penelitian yang dilakukan dapat memiliki banyak manfaat. Manfaat penelitian terdiri dari Manfaat dari aspek teoritis dan manfaat dari aspek praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi masukan dan dapat diterapkan dan untuk memperluas kajian ilmu komunikasi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya studi tentang *Marketing Public Relations* sebagai konsentrasi dari ilmu hubungan masyarakat. Alasan lainnya adalah kajian ini dapat berguna dan membantu bagi mahasiswa atau mahasiswi lain apabila ingin mengetahui ataupun mengembangkan penelitian ini. Peneliti juga berharap dapat membantu para mahasiswa dan mahasiswi lainnya dalam menyusun skripsi, khususnya studi strategi *Marketing Public Relations* dalam dunia industri perhotelan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan dapat menyumbangkan pemikiran kepada praktisi *Public Relations* khususnya divisi *Marketing Public Relations* dalam menyusun strateginya untuk meningkatkan jumlah pelanggan melalui sebuah program Special Event CCI. Dan juga untuk managemen Hotel Atlet Century Park Jakarta, penelitian ini diharapkan menjadi cermin dari apa yang telah diraih dan menjadi tolak ukur untuk terus membangun dan menjadi lebih baik lagi.