

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Kamojang Green Hotel & Resort

Kamojang Green Hotel & Resort merupakan salah satu produk dan layanan yang bergerak di bidang jasa hiburan dan wisata, dimana Kamojang Green Hotel & Resort ini merupakan anak perusahaan dari PT. Putra Darma Propertindo. PT. Putra Darma Propertindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang properti dan jasa yang selama 10 tahun hingga sekarang sudah membangun beberapa proyek perumahan atau kawasan hunian keluarga sejahtera yang bersubsidi dan kawasan hunian *real estate*. Dengan sistem *cluster* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat menengah ke atas.

Sebagai perusahaan berpengalaman di bidang properti, PT. Putra Darma Properindo berupaya turut serta mendukung program pemerintah atas penyediaan dan pengembangan obyek wisata khususnya di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. Oleh karena itu dalam memenuhi program pemerintah tersebut khususnya sektor pariwisata di Kabupaten Garut, kami hadirkan sebuah pembangunan hotel dan resort dengan konsep wisata air dengan memanfaatkan dan mengembangkan kondisi alam yang sudah ada yang kami beri nama Kamojang Green Hotel & Resort.

Kamojang Green Hotel & Resort adalah *resort* yang didesain dan dibangun atas dasar keindahan lingkungan dan aneka sumber alam di sekitarnya, seperti dihiasi oleh kegagahan gunung Cikuray, dekat dengan berbagai sumber air, perkebunan, kawah-kawah dll. Kamojang Green Hotel & Resort memiliki Luas 6,5 Hektar dengan arsitektur dan gaya perkempungan sunda modern. Dikelilingi pemandangan pengunungan dan kesejukan lembah kamojang. Letak geographis nya berada di angka 1000 M diatas permukaan laut maka dipastikan memiliki udara yang sejuk. Kamojang Green Hotel & Resort ini dibangun dengan penuh kegairahan seni dan inovasi yang disesuaikan dengan kultur dan kekhasan masyarakat sunda yang

kontemporer (sunda modern, kekinian). Berbagai layanan jasa dan fasilitas yang kami sediakan tidak kalah saing dengan *resort* modern lainnya. Kamojang Green Hotel & Resort mengutamakan pelayanan prima kepada konsumen melalui 3 pilar kompetensi pelayanan, yaitu *Attitude, Attention and Action* yang maksimal, dengan tujuan agar dapat tercipta kenyamanan dan “ingin kembali lagi” berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort ini.

Kamojang Green Hotel & Resort resmi disahkan oleh Bupati Garut, Bapak Rudy Gunawan pada tanggal 31 Desember 2014, disertai dengan syarat legalitas pemerintah daerah kabupaten garut yang berlaku. Dalam upaya melaksanakan visi dan misi perusahaan serta menghadapi persaingan yang semakin kompetitif saat ini, Manajemen Kamojang Green Hotel & Resort selalu berupaya pada peningkatan keunggulan daya saing, serta selalu bekerjasama dengan partner-partner strategis seperti travel agent, korporasi, *government* dan individu dalam rangka mengembangkan dan mengelola jasa pariwisata yang mengutamakan variasi produk dan pelayanan yang lebih menarik sesuai dengan kebutuhan pasar.

Kamojang Green Hotel & Resort ini didirikan guna untuk mendukung visi dan misi Pemerintah Kabupaten Garut juga, dimana sebagian besar pendapatan asli daerah diperoleh dari sektor pariwisata. Kami berharap Kamojang Green Hotel & Resort ini dapat disambut dengan baik oleh seluruh *stakeholders* baik di dalam daerah maupun luar daerah. Diharapkan pula dengan adanya Kamojang Green Hotel & Resort ini dapat memberikan sumbangsih besar dalam kemajuan pembangunan Kabupaten Garut. Menjadi suatu kebanggaan bagi kami jika anda semua dapat bersama-sama berkontribusi memajukan daerah sendiri melalui Kamojang Green Hotel & Resort.

1.1.2 Lokasi Perusahaan

Tempat praktik kerja lapangan di Kamojang Green Hotel & Resort Jl. Raya Kamojang km. 3 Samarang – Garut, Telepon. 0262 4892888 Fax. 0262 4892666, Email. www.kamojanggreenhotel.com.

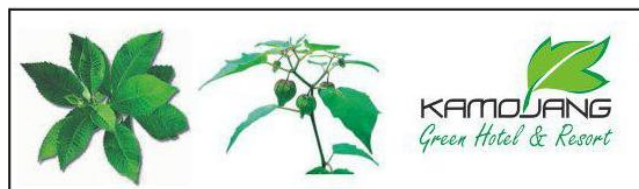


GAMBAR 1.1
Lokasi Perusahaan
(Sumber: Google Map)

1.1.3 Logo Perusahaan

Selayang Pandang Atribut Kamojang Green Hotel & Resort

(Daun Perdu)



GAMBAR 1.2
Logo Kamojang Green Hotel & Resort
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

TIGA WARNA DAUN

- a. Mertian Green melambangkan knowledge (pengetahuan)
- b. Moon Green skill melambangkan (keterampilan)
- c. Chartreuse attitude melambangkan (sikap)

1.1.4 Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Kamojang Green Hotel & Resort adalah sebagai berikut :

Visi :

Menjadikan Kamojang Green Hotel & Resort sebagai resort terbaik di Garut dalam memberikan pelayanan kepada *customer*, *stakeholder* dan mitra kerja *strategis*.

Dari visi di atas *Management* Kamojang Green Hotel & Resort sangat optimis bahwa beberapa tahun yang akan datang, Kamojang Green Hotel & Resort akan menjadikan tempat layanan jasa hiburan dan wisata yang paling unggul di antara hotel dan resort lainnya. Sehingga benar muncul *statement customer* kami bahwa Kamojang Green Hotel & Resort *is the best choice for guest*. Kemudian dalam mewujudkan visi di atas, maka Kamojang Green Hotel & Resort memiliki misi sebagai berikut :

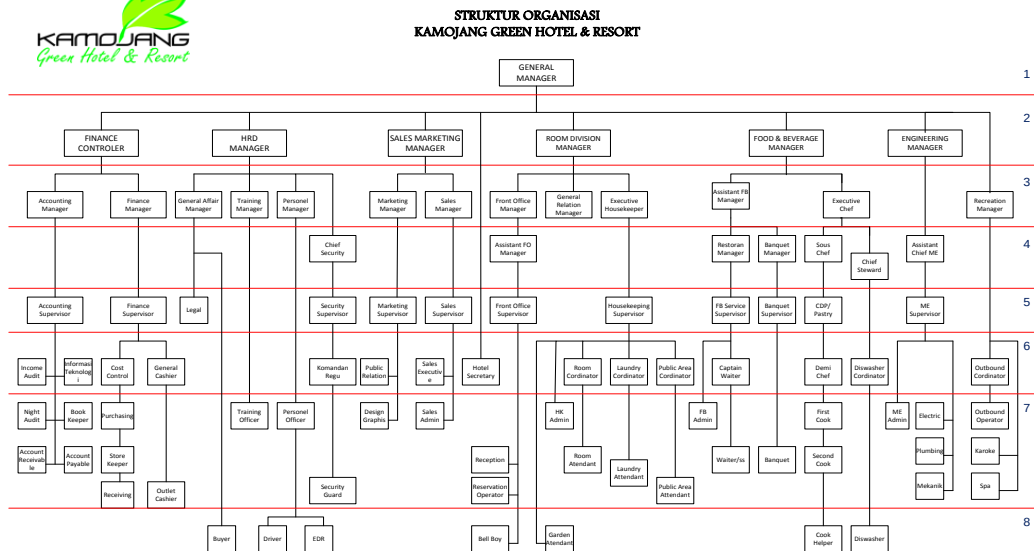
1. Melakukan kegiatan pengelolaan kawasan resort ramah lingkungan secara profesional dan berkualitas.
2. Memastikan pelayanan berkualitas dan produk-produk disediakan untuk pelanggan dengan harga kompetitif.
3. Peduli akan pekerja kami dengan menciptakan lapangan kerja yang kondusif, mengasuh mereka sehingga mencapai potensi sepenuhnya dan mengakui kontribusi mereka.

4. Memberikan manfaat yang optimal kepada stakeholders sesuai prinsip-prinsip yang sehat.
5. Meningkatkan nilai perusahaan.
6. Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui jasa pelayanan yang unggul dan merasakan rumah keduanya (*feel like at home*).
7. Terlaksananya proses produksi yang efektif dan efisien melalui teknologi tepat guna dan ramah lingkungan.
8. Terwujudnya SDM yang profesional dan mempunyai komitmen tinggi.

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi Kamojang Grenn Hotel & Resort, tim *management* melakukan analisis peluang-peluang bisnis dan kekuatan yang diprediksi dapat membantu pencapaian visi dan misi tersebut, diantaranya memiliki Luas Lahan 6,5 Hektar lebih dibanding kompetitor yang ada di Garut, infrastruktur dan Fasilitas serba Baru, keunikan dan kapasitas Resto lebih banyak, memiliki Area *Outbound* lebih luas dan jumlah permainan lebih banyak dibanding kompetitor yang ada di Garut, keunikan Bangunan Bungalow dan Resto Apung, *atmosphere* / suhu udara dingin, memiliki Air Panas Alam dan memiliki fasilitas lengkap seperti Spa, Gym, Gift Shop, 4 ruangan Pertemuan dan Area tempat nongkrong di atas Resto Lt. 2 dengan *View* Pegunungan.

Sedangkan peluang yang kami miliki dan bisa memberikan dampak positif untuk kemajuan Kamojang Green Hotel & Resort, yaitu pertumbuhan perekonomian Indonesia ditargetkan pada level 5,5% - 6% tahun 2015 sehingga ada kesempatan pada pasar korporasi dan biro perjalanan, tumbuhnya beberapa perusahaan baru di kabupaten Garut, contoh Pabrik Sepatu di Leles dan perusahaan lembaga keuangan / *Finance* dan pada tahun 2017/2018 akses jalan dari Bandung ke Garut lebih dekat dengan dibukanya akses jalan dari rancabango ke samarang menuju Kamojang Green Hotel & Resort.

1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



GAMBAR 1.3
Struktur Organisasi Kamojang Green Hotel& Resort
(Sumber:Data Internal Perusahaan, 2017)

1.1.6 Produk Perusahaan

a. Room Type Magnolia

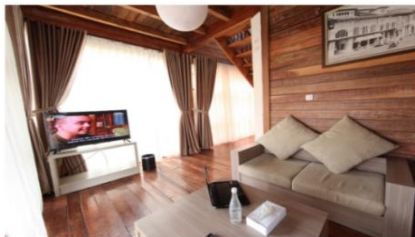
Magnolia Bungalows merupakan jenis kamar yang memiliki fasilitas 2 lantai kapasitas untuk 6 orang, 3 kamar tidur, 3 kamar mandi (standing shower), jacuzzi pribadi, balkon, LED TV 42 dengan premium saluran, telepon, pengering pakaian, toilet dan ruang keluarga. Serta memiliki *mini pool* dan view dari kamar magnolia bisa langsung melihat danau dan sawah dengan gunung yang indah. Jumlah kamar magnolia 6 unit.



GAMBAR 1.4
Room Type Magnolia
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

b. *Room Type Ambrosia*

Ambrosia Bungalows merupakan jenis kamar yang terletak di barat dari danau utama Kamojang Green Hotel dan resort. Yang memiliki fasilitas 2 lantai dan kapasitas untuk 4 orang, 2 kamar tidur, 2 kamar mandi (standing shower), jacuzzi pribadi, balkon, LED TV 42 dengan premium saluran, telepon, pengering pakaian, toilet dan ruang keluarga. Serta memiliki mini pool dan view dari kamar ambrosia bisa langsung melihat danau dan sawah dengan gunung yang indah. Jumlah kamar ambrosia 6 unit.



GAMBAR 1.5
Room Type Ambrosia
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

c. Room Type Azalea

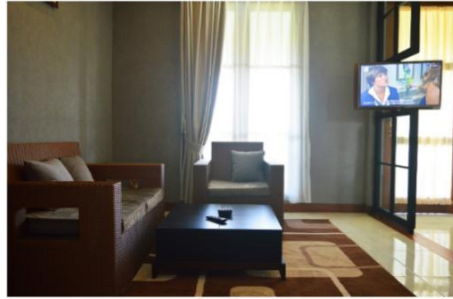
Azalea merupakan jenis kamar yang terletak di barat dan timur masing-masing 24 bungalow, dan memiliki 24 unit. Yang memiliki fasilitas 1 lantai dengan kapasitas untuk 2 orang, 1 kamar tidur, 1 kamar mandi (standing shower), jacuzzi pribadi, balkon, LED TV 42 dengan premium saluran, telepon, pengering pakaian, toilet dan ruang keluarga. Serta memiliki *mini pool* dan *view* dari kamar azalea bisa melihat danau dan kolam ikan dengan pegunungan yang indah.



GAMBAR 1.6
Room Type Azalea
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

d. Room Type Heliconia

Heliconia merupakan jenis kamar dengan ruang modern yang paling minimalis di kamojang green hotel dan resort, dengan gaya hidup modern. Heliconia memberikan ruang kenyamanan dengan jumlah total 16 kamar, dengan panorama *mountain view* dan teripta restoran di tampilan depan.



GAMBAR 1.7
Room Type Heliconia
 (Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

e. *Room Type Lantana*

Lantana merupakan jenis kamar hotel dengan dekorasi interior minimalis, terdapat 17 unit di sebelah barat dengan *double* dan *twin bedroom*. Yang memiliki fasilitas dengan kapasitas untuk 2 orang, 1 kamar tidur, 1 kamar mandi (standing shower), balkon, ruang keluarga, LED TV 42 dengan premium saluran, telepon, pengering pakaian dan toilet. View dari kamar lantana bisa melihat panorama pesawahan dan gunung yang indah.



GAMBAR 1.8
Room Type Lantana
 (Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

f. Meeting Package



GAMBAR 1.9
Meeting Package
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

TABEL 1.1
Harga Paket Meeting

NON RESEDENTIAL	Weekday/Weekend	Included
Half Day	275.000	1x Coffe Break, 1x Lunch/Dinner, Tax & Service
Full Day	325.000	2x Coffe Break, 1x Lunch/Dinner, Tax & Service

(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

g. Company & Family Gathering



GAMBAR 1.10
Company & Family Gathering
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

TABEL 1.2
Harga Company & Family Gathering

PACKAGE	Weekday	Weekend	Included
Single Occp.	1.660.000	2.470.000	Azalea Room, Welcome Drink, Afternoon Tea, 1x Buffet Breakfast, 1x Lunch, 1x Dinner, 2x Coffee Break, Free Entry Sw Pool, 5 Traditional Games, Master of Ceremony, Tax & Service.
Twin Share	1.035.000	1.407.500	
Triple Share	901.750	1.170.000	
Quad Share	778.750	965.000	

(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

h. Kidamar Camping Ground



GAMBAR 1.11
Kidamar Camping Ground
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

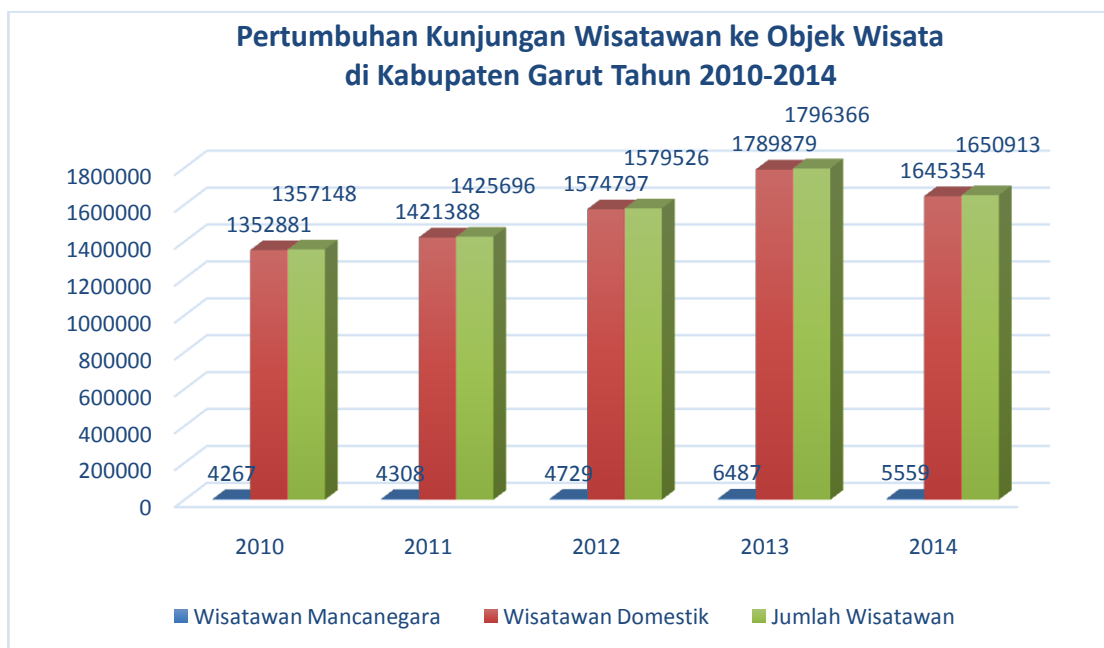
TABEL 1.3
Harga Kidamar Camping Ground

Camping Package Rp. 450.000,- / orang	Camping Package Rp. 350.000,- / orang
Termasuk : • Akomodasi satu malam tenda Dome • Matrass, Pillow, Sleeping Bag • 2x Makan • 2x Snack • 24 jam Teh & Kopi • Api Unggun • Hot Water Shower & Bath • 21% Tax Servis	Termasuk : • Akomodasi satu malam tenda Dome • Sleeping Bag • 1x Dinner • Nga-Gogo • 24 jam Teh & Kopi • Api Unggun • 21% Tax Servis

(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

1.2 Latar Belakang

Kabupaten Garut adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Kabupaten Garut memiliki udara yang sejuk serta budaya sunda yang kental, menjadikan Kabupaten Garut begitu diminati oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara. Terlepas dari hal tersebut, Kabupaten garut memiliki banyak wisata seperti wisata alam, wisata air, wisata kerajinan serta wisata kuliner. Banyak wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Garut untuk berwisata, seperti berikut ini disajikan pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata yang berada di Kabupaten Garut sejak tahun 2010 sampai 2014, pada gambar 1.12 dibawah ini:



GAMBAR 1.12
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kabupaten Garut
Tahun 2010-2014

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut,2015)

Berdasarkan gambar 1.12 dapat dilihat bahwa pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata di kabupaten Garut setiap tahunnya selama periode tahun 2010- 2014 berfluktuasi. Pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Garut sebanyak 1.357.148 orang, yaitu 4.267 orang dari wisatawan mancanegara dan 1.352.881 orang dari wisatawan domestik. Pada tahun 2011 meningkat jumlahnya menjadi 1.425.696 orang. Frekuensi kunjungan terus meningkat pada tahun 2012 frekuensi kunjungan sebesar 1.796.366 orang dan pada tahun 2013 menurun sehingga frekuensi kunjungan wisatawan domestik 1.645.354 orang dan wisatawan mancanegara 5.559 orang dimana tahun sebelumnya jumlah wisatawan domestik 1.789.879 orang dan wisatawan mancanegara 6.487 orang.

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat Indonesia saat ini mengalami perubahan gaya hidup (*lifestyle*). Salah satu manifestasi gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan masyarakat atau kelompok masyarakat tertentu berlibur ke daerah wisata yang mempunyai keindahan alam dan akomodasi yang bagus.

Melihat peluang besar tersebut maka para pelaku bisnis berlomba untuk membuka usaha akomodasi seperti hotel berbintang, penginapan, hotel melati dan lain-lain. Hal ini menyebabkan banyaknya usaha akomodasi yang bermunculan di Kabupaten Garut. Terdapat 113 usaha akomodasi di Kabupaten Garut yang antara lain dapat dilihat pada Tabel 1.4 dibawah ini (data lengkap pada lampiran 7):

TABEL 1.4
Daftar Hotel di Kabupaten Garut

No	Nama Akomodasi	Alamat
1	Kamojang Green Hotel & Resort	Jl.Raya Samarang Kamojang Km 3
2	Kampung Sumber Alam	Jl. Raya Cipanas No.122 Garut

(Bersambung)

(Sambungan)

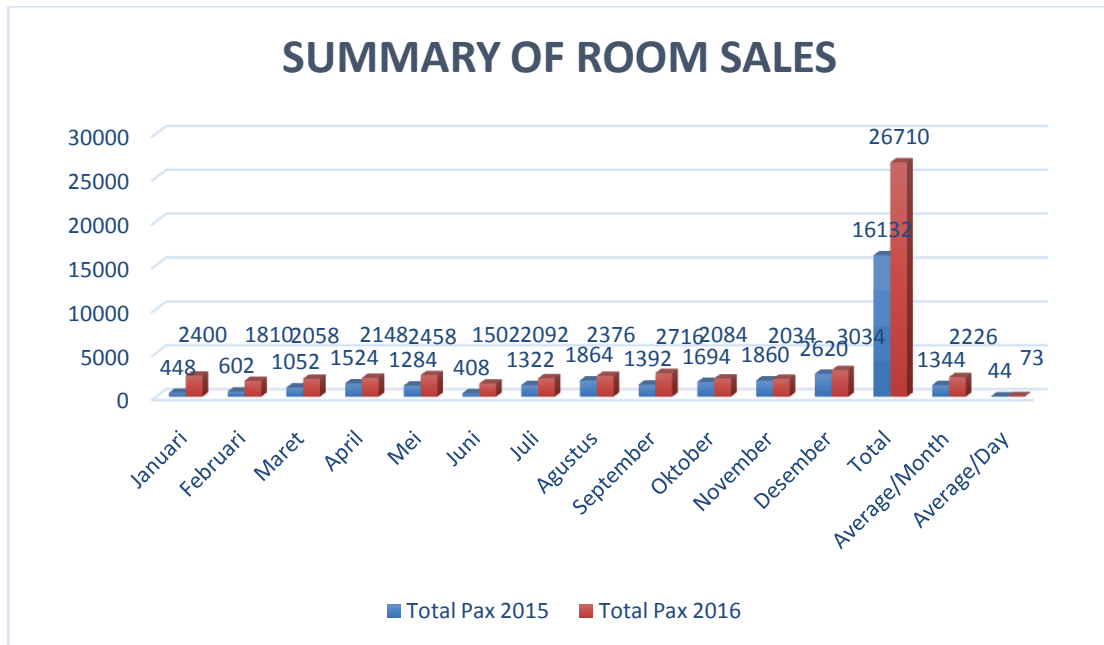
3	Karang Asri Pondok	Jl.Raya Cilauteureun Kp.Pangawaren
4	Kebun Mawar	Jl.Raya Kamojang Km 5 Samarang
5	Bukit Alamanda Resort & Resto	Jl. Raya Samarang Km.5 Desa Mekarluyu, Garut
6	Pondok Mulya Jaya Penginapan	Jl.Pelabuhan Ranca Buaya
7	Puncak Darajat	Jl.Darajat Km 25 Pasirwangi
8	Purnama Pondok	Jl.Raya Cipanas No 5
9	Pusaka Penginapan	Jl.Raya Cipanas No 349
10	Puspa Sari Pondok	Jl.Cipanas Raya Baru No 12
11	Putra Lugina Penginapan	Jl.Cipanas , Gg.Naringul No 711
12	Penginapan Putera Bungsu	Jl.Pelabuhan Ranca Buaya Purbayani
13	Yasmin Wisma	Jl.Pasundan No 39

(Sumber :<https://garutkab.bps.go.id,2016>)

Pada Tabel 1.4 dapat dilihat banyaknya pelaku usaha akomodasi di Kabupaten Garut. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan akomodasi menjadi semakin ketat, sehingga pelaku bisnis akomodasi harus mampu menciptakan dan mempromosikan akomodasi dengan sesuatu yang beda dengan akomodasi lain yang sejenis. Salah satu hotel yang memberikan sesuatu yang beda adalah Kamojang Green Hotel & Resort.

Kamojang Green Hotel & Resort adalah Hotel baru di daerah Garut, untuk lebih dikenal oleh masyarakat dan tidak kalah dalam persaingan, perusahaan harus gencar melakukan promosi. Dengan banyaknya inovasi yang diberikan dan juga promosi yang telah dilakukan oleh Kamojang Green Hotel & Resort, maka jumlah pengunjung

yang datang ke Kamojang Green Hotel & Resort pada periode 2015-2016 fluktuasi, bisa dilihat di gambar 1.13 dibawah ini:



GAMBAR 1.13
Summary Of Room Sales
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017)

Berdasarkan gambar 1.13 bisa dilihat bahwa pertumbuhan kunjungan ke Kamojang Green Hotel & Resort periode tahun 2015-2016 fluktuasi. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kamojang Green Hotel & Resort Sebanyak 16.132 dengan rata-rata perbulan sebanyak 1344 orang dan rata-rata perhari sebanyak 44 orang. Pada tahun 2016 meningkat jumlahnya menjadi 26.710 dengan rata-rata perbulan 2226 orang dan rata-rata perhari menjadi 73 orang yang datang ke Kamojang Green Hotel & Resort. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kamojang Green Hotel & Resort dari tahun 2015 sampai tahun 2016 sangat gencar, sehingga berakibat kenaikan jumlah pengunjung yang meningkat.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang baik akan mempengaruhi jumlah pengunjung dan mempengaruhi pendapatan bagi perusahaan. Promosi dinilai sebagai cara terbaik bagi Kamojang Green Hotel & Resort untuk meningkatkan persentase pertumbuhan penjualan yang sempat menurun hal ini sejalan dengan pendapat Hasan (2013:429) yang menyatakan tujuan promosi yaitu untuk memaksimalkan keuntungan, memaksimalkan pangsa pasar, memaksimalkan penjualan, meningkatkan citra merek dan sebagainya.

Kegiatan promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan kepada masyarakat, promosi yang baik akan meningkatkan pendapatan bagi perusahaan. Kamojang Green Hotel & Resort adalah hotel baru di Kabupaten Garut, kegiatan promosi di Kamojang Green Hotel & Resort membantu perusahaan agar lebih dikenal oleh masyarakat. Disini penulis ingin mengetahui apakah bauran promosi yang digunakan oleh Kamojang Green Hotel & Resort telah membuat konsumen sadar atau tidak atas keberadaan Kamojang Green Hotel & Resort sebagai hotel baru di Kabupaten Garut.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Tinjauan Bauran Promosi Pada Kamojang Green Hotel & resort di Garut Pada Tahun 2017**”

1.3 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana bauran promosi yang dilakukan oleh Kamojang Green Hotel & Resort?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui tujuan penelitian yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tinjauan bauran promosi yang dilakukan oleh Kamojang Green Hotel & Resort.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ada dalam dua aspek adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengembangan pengetahuan literature ilmu pengetahuan, khususnya dibidang Manajemen Pemasaran. Serta dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian lainnya dalam mengkaji, mengembangkan, dan meneliti ilmu manajemen pemasaran khususnya terkait dengan bauran promosi.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat mengetahui Tinjauan bauran promosi pada kamojang Green Hotel & Resort. Dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengembangka strategi bauran promosi perusahaan agar perusahaan dapat semakin berkembang di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum dari objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TIJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan

harus mencakup teori-teori mengenai Bauran Pemasaran yang sudah baku dalam buku teks, maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal yang terpercaya. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran. Karena itu, bab ini akan meliputi uraian tentang rangkuman teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dari Bauran Pemasaran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan penafsiran dan pemaknaan penulisan terhadap hasil observasi yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan tersebut merupakan jawaban dari perumusan masalah dan adanya saran atau solusi dari kesimpulan dan hubungan dengan deskripsi atau eksplorasi dari observasi.