

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

Universitas Telkom merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terbaik yang berlokasi di kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Universitas Telkom memiliki reputasi yang baik dan menjadikannya sebagai universitas unggulan sehingga memiliki mahasiswa yang banyak setiap tahunnya. Universitas Telkom melihat sebuah peluang yang berpotensi untuk mengembangkan bisnisnya, salah satu yang sedang dijalankan untuk memperluas bisnisnya yaitu dengan membangun sub bisnis. Sub bisnis yang dijalankan oleh Universitas Telkom berupa hotel yang dibangun sebagai sarana untuk mahasiswa belajar dalam salah satu program studi dan sub bisnis yang digunakan untuk memperluas bidang usahanya.

1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan Dan Lokasi Perusahaan

Objek penelitian yang diambil untuk penelitian ini adalah Hotel yang dibangun oleh Universitas Telkom sebagai salah satu hunian dan juga sarana yang dapat digunakan sebagai laboratorium untuk praktikum mahasiswa. Jenis usaha yang diangkat adalah usaha pada bidang jasa.



Gambar 1.1 Logo Lingian Hotel

Sumber: Instagram Lingian Hotel

Hotel ini dinamai dengan Hotel Lingian atau Laboratorium Hotel Lingian karena berada dalam Gedung L (Lingian), hotel ini merupakan satu-satunya hunian yang berada

b. Perkembangan Usaha

Hotel Lingian merupakan hotel atau akomodasi penginapan yang dibangun dan diresmikan pada tahun 2021 yang berada di dalam kawasan pendidikan Universitas Telkom. Saat ini hotel masih dalam proses pengembangan mulai dari fasilitas hingga hal penunjang lainnya seperti *amenities*, kualitas kamar, persediaan perlengkapan. Hotel Lingian telah melakukan *soft launching* untuk memperkenalkan hotelnya pada khalayak umum, sehingga dapat menarik perhatian dari konsumen untuk menggunakan layanan hotel.

1.1.3 Produk Dan Layanan



Gambar 1.3 Hotel Brochure

Pada Gambar 1.3 dapat diketahui bagaimana produk dan layanan yang dikelola oleh Hotel Lingian yaitu layanan akomodasi, ruang rapat dan seminar, *restaurant* atau *catering*, ada pula layanan lainnya yang dikelola yaitu seperti paket wisata dan perjalanan

dalam kota. Hotel Lingian memiliki tiga tipe kamar yaitu *Family Room* dengan kapasitas empat orang dan terbagi menjadi empat ruangan kamar, kemudian *Deluxe Room* untuk kapasitas maksimal dua orang, dan yang terakhir adalah tipe *Standar Room* dengan kapasitas dua orang. Jangkauan atau *range* harga yang ditawarkan untuk masing-masing hunian berbeda disesuaikan dengan tipe dan kondisi hotel saat itu. Penetapan harga pada *Lingian Hotel & Convention* merupakan hasil dari riset pasar yang dilakukan sebelumnya, dan membandingkan *rate* dengan para pesaing juga menjadi bahan pertimbangan sebelum menetapkan harga. Agar nantinya harga tidak terlalu tinggi atau pun terlalu rendah. Untuk harga resmi kamar hotel saat ini (Room Rate tahun 2022) dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Room Rate Lingian Hotel Tahun 2022

Jenis	Publish Rate (IDR)	Kapasitas	Jumlah Ruangan
Family	1.000.000	4 Pax	3
Deluxe	750.000	2 Pax	4
Standard	500.000	2 Pax	3

Includes: Breakfast sesuai dengan kapasitas kamar

Untuk Fasilitas yang disediakan di kamar berupa:

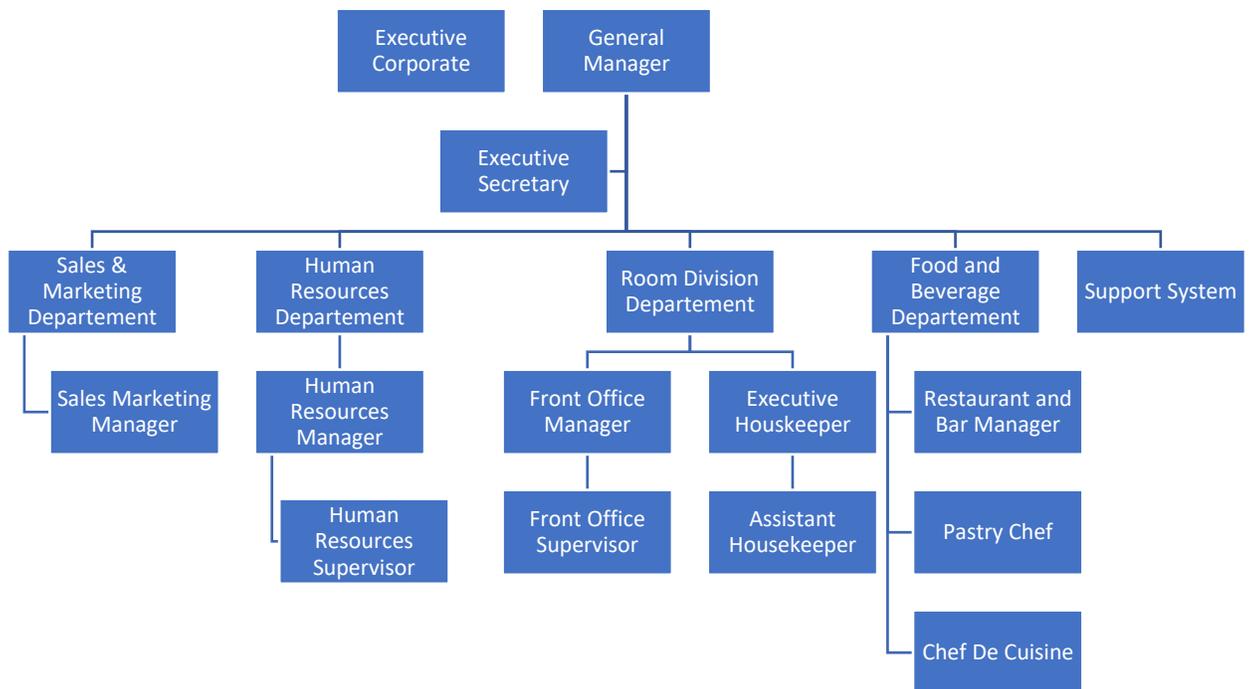
- a. *One room with 1 (one) double bed or 2 (two) single beds*
- b. *Air Conditioner*
- c. *Standing shower bathroom*
- d. *Cold and hot water*
- e. *Breakfast based on room capacity*
- f. *Free Internet Access (Wi-Fi)*
- g. *Telephone set*
- h. *Television channel*
- i. *Worktable*

Lingian Hotel & Convention memiliki 1 ruang *meeting*, untuk kapasitas 12 orang, untuk kegiatan yang menggunakan ruang *meeting* sendiri sudah diberikan fasilitas penunjang seperti *white board* atau *flip chart*, *sound system standard* dengan 2

microphones, memopad dan pensil, standard screen (1 unit), dan WiFi Internet Access dan air mineral. Sedangkan untuk meeting package adalah Rp. 150.000 (Morning or Afternoon Coffee Break, 1x Lunch or Dinner (Maximum 6 Hours)).

Paket wisata yang ditawarkan berupa *campus tour*, *bandung tour* dan beberapa perjalanan mengunjungi tempat wisata yang sedang naik daun di kalangan masyarakat saat ini seperti tempat foto yang sedang ramai di *media social*.

1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1.4 Struktur Organisasi Hotel Lingian

(Sumber: Company Profile Hotel Lingian)

Dengan keterangan nama pada setiap lini level yang tercantum pada struktur organisasi dalam Hotel Lingian sebagai berikut dijelaskan pada Tabel 1.2

Tabel 1.2 Keterangan Nama pada Struktur Organisasi

Jabatan	Nama
A. Executive Corporate	
Executive Corporate	Angga Rusdinar, S.T., M.T., Ph.D.
Executive Corporate	Agus Pratondo, S.T., M.T., Ph.D.
Executive Corporate	Dr. Astri Wulandari, S.E., M.M.
B. Operational Maangement	
General Manager	Fanni Husnus Hanifa, S.E., MM.
Executive Secretary	Fajriatullah Nastari, S.T.
Sales & Marketing Manager	Eva Mardiyana, S.Par
Human Resource Departement	
Human Resource Manager	Dra. Ratu Ratna Mulyati, M.M.
Human Resource Supervisor	Dra. Umi Sumarsih, M.M.
Room Division Departement	
Front Office Manager	Riza Taufiq, S.Sos., M.M.
Front Office Supervisor	Jimmy Ruben Sihombing, A.Md.Par
Executive Housekeeper	Drs. Suryana Heryawan Achmad, MM.Par.
Assistant Housekeeper	Agung Tresna Samiaji
Food and Beverage Departement	
Restaurant and Bar Manager	Edwin Baharta, S.Sos., MM. Par.
Pastry Chef	Dendi Gusnadi, S.Par., MM. Par.
Chef De Cuisine	Dika Dwi Panji, A.Md.Par.
Support System	Nurlela, S.ST.Par., M.Sc.
	Dhiomart Rendita Hadiyanto, A.Md.Par.

(Sumber: Company Profile Hotel Lingian 2022)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman pada era saat ini menuntut berbagai institusi untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif serta dapat memanfaatkan peluang yang ada. Berbagai sektor institusi diharapkan dapat berkembang dan mengikuti zaman sehingga dapat meningkatkan mutu dan kinerja anggota di dalamnya. Untuk mewujudkan hal tersebut beberapa institusi memerlukan sebuah inovasi yang didasari pada suatu perencanaan strategis yang matang. Dalam mengikuti perkembangan zaman dan menyesuaikan dengan kebutuhan universitas, maka dari itu Universitas Telkom mendirikan sebuah hotel yang berada di dalam kawasan universitas yaitu Hotel Lingian yang dijadikan sebagai salah satu sub bisnis dari universitas dan menjadi sarana bagi salah satu program studi yang berada di universitas.

Kondisi yang terjadi pada Hotel Lingian saat ini adalah belum adanya strategi pemasaran untuk keberlanjutan usaha dan operasional dari hotel. Pada saat melakukan wawancara dengan *General Manager* dan *Sales Marketing Manager* mereka berpendapat bahwa *“Hotel Lingian untuk saat ini sudah mulai beroperasi namun kami memiliki beberapa permasalahan kritis yang perlu diperbaiki dan diatasi dengan segera, diantaranya yaitu untuk tamu yang berkunjung dan menginap masih terhitung jarang, masih ada kendala dalam operasional seperti keterbatasan linen, equipment dan lainnya jadi berakibat pada kita belum dapat mengoptimalkan pemasarannya.”*

Adapun beberapa Hotel kampus yang terletak dalam wilayah Bandung raya dan menjadi pesaing dari Hotel Lingian dikarenakan memiliki segmentasi pasar yang cukup sama dan berada dalam kawasan pendidikan perguruan tinggi. Hotel tersebut antara lain Enhaii Hotel yang berada dalam kawasan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung (STPB) dan Isola Resort yang berada dalam kawasan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Kedua hotel tersebut telah beroperasi lebih dahulu jika dibandingkan dengan Hotel Lingian, Isola Resort mulai beroperasi pada tahun 2018 dan Enhaii Hotel pada tahun 2008. Berdasarkan data yang di dapati dari hasil website kedua hotel tersebut dapat diketahui pada Tabel 1.3

Tabel 1.3 Perbandingan Hotel Kampus Wilayah Bandung

Hotel	Jenis Kamar	Jumlah Kamar	Keterangan
Enhaii Hotel (https://enhaiihotel.com/) (https://www.instagram.com/enhaiihotel/)	Superior Room, Deluxe Room, Junior Suite Room, Family Suite Room	93 Rooms	Hotel Bintang 3 dalam kawasan pendidikan STP Bandung
Isola Resort (http://isola-resort.com/) (https://www.instagram.com/isola.resort/)	Standard Room, Deluxe Room	72 Rooms	Kawasan pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia
Hotel Lingian (https://www.instagram.com/lingianhotelconvention/)	Family Room, Deluxe Room, Standard Room	10 Rooms	Kawasan pendidikan Universitas Telkom

Sumber: Hasil Olahan Penulis dari Website Resmi

Namun sampai saat ini tingkat hunian kamar yang ditargetkan Hotel Lingian belum mencapai target yang diinginkan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1.4 Tingkat Hunian Kamar Hotel Lingian Tahun 2022

No	Bulan	Kamar yang tersedia	Tingkat hunian yang dicapai	Target
1.	Januari	10 Rooms	15%	50%
2.	Februari	10 Rooms	39%	50%
3.	Maret	10 Rooms	18%	50%
4.	April	10 Rooms	30%	50%

Sumber: *Room Occupancy* Lingian Hotel 2022 dan Hasil olahan penulis

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui bahwa tingkat hunian yang dicapai masih terlampaui jauh dari target yang ingin dicapai hal tersebut terjadi karena salah satunya kurang maksimal dan optimal dalam merumuskan strategi pemasaran yang dilakukan. Strategi pemasaran merupakan salah cara untuk merancang langkah yang akan dijalankan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Hal lain yang menjadi perbedaan terlihat secara signifikan adalah pada Enhaii Hotel sudah memiliki regulasi dalam menjalankan kegiatan usahanya regulasi tersebut diatur dalam PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/ KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA NOMOR 16 TAHUN 2021 TENTANG ORGANISASI DAN TATA KERJA POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG. Pasal 75 mengenai tugas melaksanakan layanan operasional hotel dan praktik terintegrasi di bidang hospitaliti. Sedangkan untuk Isola Resort berdasarkan data yang diperoleh dari berita.upi.edu mengenai Isola Resort (<https://berita.upi.edu/umar-fadilah-ingin-jadikan-isola-resort-sebagai-pilihan-rasional/>) Dihadapan Notaris, RUPS Isola Resort mengagendakan persetujuan hibah saham, perubahan pengurus perseroan, dan menetapkan besaran gaji PT Isola Resort. Dalam kesempatan tersebut, Umar Fadilah mengatakan, “Langkah pertama yang dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas adalah mengendalikan *cost* atau *cost control*, kemudian mencari sumber pemasukan baru, memanfaatkan market UPI dimana Isola Resort berkedudukan, serta mensinergikan seluruh elemen. Komitmen kami terhadap UPI, lanjutnya, akan diimplementasikan dengan menjadikan UPI sebagai prioritas utama dan tentunya menjadi market utama. Segudang aktifitas menjadi akan pilihan secara kompetitif terutama dalam kegiatan MICE. Ini menjadi kewajiban sebagai entitas bisnis, untuk menjadikan UPI berkembang dalam segala aspek. Kegiatan yang sifatnya *Corporate social responsibility* (CSR), kita akan mendahulukan UPI, dan mahasiswa menjadi fokus utamanya.” Berbeda dengan kedua pesaing tersebut Hotel Lingian masih belum memiliki regulasi yang pasti mengenai kegiatan operasional mereka.

Agar suatu perusahaan dapat terus bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelola perusahaan dengan baik. Sehingga konsumen atau pelanggan saat ini tidak

beralih ke perusahaan lain. Perusahaan harus lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen, atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang memuaskan konsumen. Hal ini juga membutuhkan pemasaran yang baik. Dengan pemasaran produk yang baik dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Bila hal ini terjadi, maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Jika pemasaran produk dilakukan secara tidak benar atau tidak tepat maka penjualan akan menurun yang akan mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Merumuskan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya, demikian pula halnya dengan Hotel Lingian sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa akomodasi penginapan, untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran produk dan jasanya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi suatu strategi tersebut cocok dilakukan ataupun tidak bagi usaha yang dijalankan. Hasil penelitian (Pradipta, Suaedi, & Dewa, 2019), strategi pemasaran menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mendukung kebijakan perubahan yang agresif. Penelitian lainnya juga menyebutkan strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh (Arifien, Purwanty, Suci, Agustiawan, & Sudrajat, 2019).

Penyusunan strategi pemasaran tidak lepas dengan melihat SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) dalam bidang pemasaran atas usaha yang sedang dijalankan. Analisis SWOT merupakan salah satu alat dalam membantu perencanaan strategis yang dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dapat diaplikasikan dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Analisis SWOT diperlukan dalam melakukan suatu penyusunan strategi pemasaran dikarenakan dengan analisis tersebut perusahaan dapat mempelajari lingkungan *internal* dan *eksternal* dari perusahaan itu sendiri, melalui berbagai identifikasi dan analisis yang dilakukan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapinya sehingga dapat menghasilkan pertimbangan dalam penyusunan strategi pemasaran.

Dalam penelitian (O'Regan, Martin, & Gallear, 2008) menyebutkan bahwa analisis *internal* dan eksternal perusahaan dapat memberikan panduan penerapan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif. Hotel Lingian memerlukan suatu perencanaan strategi pemasaran yang memungkinkan hotel untuk meningkatkan pangsa pasar maka perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing dengan menggunakan metode SWOT, yakni suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar. Hal ini perlu dilakukan oleh perusahaan mengingat bahwa persaingan dengan perusahaan pesaing yang bergerak di bidang usaha yang sama sangat ketat, sehingga perusahaan perlu menyusun strategi yang dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

Dari hasil SWOT didapati beberapa komponen dalam perusahaan dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang hotel miliki. Dari sekian banyaknya hasil analisis SWOT yang diperoleh dalam melakukan wawancara, observasi dan penunjang lainnya maka akan dilakukan penentuan skala prioritas pada masing-masing komponen SWOT dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Dalam penelitian (Affandy, 2017) menyebutkan keunggulan AHP dalam menyusun skala prioritas yaitu AHP mempertimbangkan prioritas relatif faktor-faktor pada sistem sehingga orang mampu memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan mereka. Dengan menerapkan metode AHP ke dalam proses untuk penentuan strategi pemasaran bisnis, maka dapat diketahui seberapa penting kriteria yang diperlukan oleh hotel dalam menjalankan usahanya, sehingga dapat digunakan oleh para pengambil keputusan dalam menentukan strategi yang akan dijalankan. Metode SWOT dan AHP digunakan untuk memilih strategi pemasaran bisnis yang sesuai untuk dijalankan dan melihat aspek yang perlu diperbaiki dengan segera agar usaha dapat berjalan dengan optimal.

Dalam hal ini penulis akan mengkaji dengan menggunakan gabungan antara analisis SWOT dan AHP sebagai proses analitis dalam merumuskan TOWS Matriks yang nantinya akan menghasilkan Grand Strategy yang kemudian dipilih menjadi perencanaan pemasaran strategis terhadap Hotel Lingian. Berdasarkan dari tinjauan latar belakang dan pentingnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka penulis memilih untuk

melakukan penelitian lebih lanjut mengenai judul “**Perencanaan Strategi Pemasaran dengan analisis SWOT dan *Analytic Hierarchy Process (AHP)* Pada Hotel Lingian**”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki Hotel Lingian?
2. Apa yang menjadi faktor-faktor prioritas dalam penyusunan strategi pemasaran?
3. Bagaimana Strategi Pemasaran yang tepat digunakan Hotel Lingian, Universitas Telkom untuk keberlanjutan usaha?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut, berdasarkan uraian masalah yang diberikan sebelumnya:

1. Untuk mengetahui aspek-aspek seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Hotel Lingian
2. Untuk mengetahui faktor-faktor prioritas yang berpengaruh dalam penyusunan strategi pemasaran.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dilakukan Hotel Lingian untuk keberlanjutan usaha.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Peneliti berharap penemuan studi ini dapat memberikan wawasan atau pengetahuan baru tentang pemasaran hotel, perencanaan strategis hotel, membuat tampilan dan konsep pemasaran yang menarik, penggunaan AHP dan SWOT sebagai landasan perencanaan pemasaran. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber dan acuan bagi akademisi di masa depan, terutama yang tertarik mengambil penelitian mengenai perencanaan strategi pemasaran pada hotel atau *industry* jasa.

1.5.2 Aspek Praktis

Dalam penelitian ini, peneliti mengharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat serta dapat digunakan oleh Hotel Lingian menjadi salah satu pertimbangan atau usulan dalam merencanakan strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha kedepannya, dan dapat menjadi masukan akan strategi yang sedang digunakan serta perbaikan supaya memiliki konsep yang menarik.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir dalam penelitian ini memuat lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup penjelasan yang komprehensif dan ringkas. Isi bab mencakup gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan ide-ide mulai dari pemikiran yang luas hingga dikerucutkan menjadi yang khusus, didukung dengan riset yang pernah dilakukan sebelumnya, dan diakhiri dengan kerangka riset dan jika diperlukan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas taktik, metode, dan strategi yang digunakan untuk memperoleh dan mengevaluasi data yang mungkin digunakan untuk menjawab tantangan penelitian. Bab ini membahas berbagai bentuk riset atau penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan ukuran sampel, pengambilan data, dan prosedur analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian yang dilakukan, diuraikan secara sistematis sesuai dengan identifikasi masalah dan batasan penelitian serta tujuan penelitian. Pembahasan hasil pengolahan data, cakupan penelitian dan batasan penelitian serta benang merah interpretasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan kesimpulan pada hasil penelitian ini dan saran yang diberikan atas hasil yang diperoleh dalam penelitian ini.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah aktivitas Hotel Lingian yang beroperasi di kawasan kampus Universitas Telkom Gedung L, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257. Lamanya waktu penelitian terhitung sejak November 2021 sampai September 2022.