

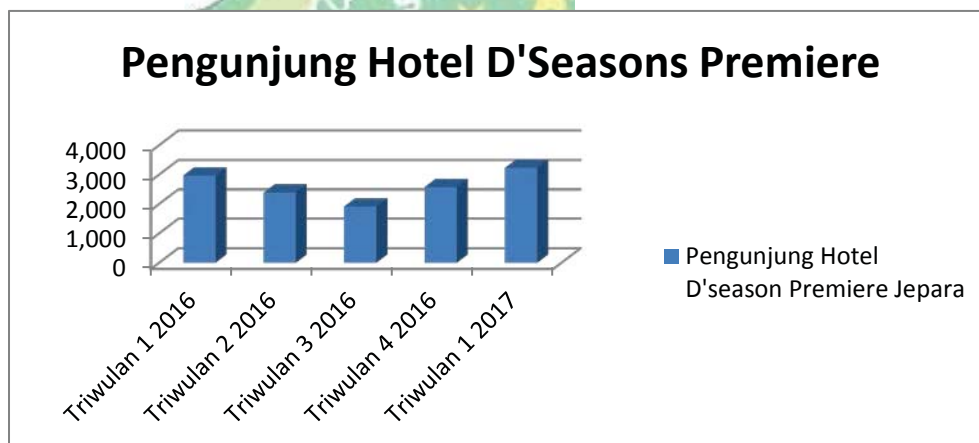
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Jejara memiliki potensi pariwisata yang lengkap dan dari segi bisnis membuat keberadaan potensi wisata menarik bagi investor maupun pengembang termasuk dengan adanya hotel. Orang datang ke Jejara sudah pasti ada kepentingan dan tujuan tertentu, karena Jejara adalah di pinggir utara pulau Jawa dan tidak ada lagi jalur selanjutnya. Keberadaan Jejara Kota Ukir dan kelahiran Bumi Kartini yang sudah mendunia sebenarnya merupakan salah satu daya ungkit dalam menjawab tantangan pengembangan pariwisata di Jejara.

Berikut ini bukti naiknya jumlah kunjungan di Hotel D'Season Premiere dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada gambar 1.1.



**Gambar 1.1.Data Kunjungan Hotel D'Season Premiere**

Sumber: Manajemen Hotel D'Season Premiere 2017.

Pada triwulan 1 tahun 2016 ada 2,976 pengunjung, karena Hotel D'Season Premiere memberikan paket tahun baru dan valentin yang menarik sehingga bulan Januari dan Februari banyak pengunjung yang datang. Dan pada triwulan ke 2

tahun 2016 sedikit terjadi penurunan pengunjung menjadi 2,586 pengunjung dan banyak dari mereka adalah pengunjung pemerintahan atas hari jadi Jepara yang mengundang berbagai instansi dan pengusaha dari luar Jepara. Pada triwulan ke 3 tahun 2016 banyak terjadi penurunan hingga hanya 1,913 pengunjung hal ini bertepatan dengan puasa dan lebaran awal, sehingga banyak tamu yang berada dirumah sanak saudara mereka dan hanya sedikit yang masuk ke hotel. Pada triwulan ke 4 tahun 2016 terjadi peningkatan lagi karena setelah lebaran, banyak yang berlibur dan menikmati keindahan Jepara serta dimulaenya bisnis hingga akhir tahun yang banyak pengunjung penikmat liburan Natal. Pada triwulan 1 tahun 2017 terjadi peningkatan yang tinggi yakni ada 3,231 pengunjung, bahkan dari tahun 2016 awal, hal ini karena efektifnya iklan di berbagai media termasuk di Tribun News Jateng sebagai majalah yang terpercaya.

Koran dan Majalah banyak dimanfaatkan perusahaan untuk menyampaikan promosi jasa kepada masyarakat luas dengan berbagai kemudahan. Hotel d'Season Premiere Jepara menawarkan pelayanan ramah dan sejumlah fasilitas yang dipromosikan melalui Tribun News terutama Jawa tengah. Promosi Pemasaran yang dilakukan ini atas peran manajemen komunikasi pemasaran termasuk dengan bekerjasama dengan Tribun News dengan harapan untuk menaikkan pengunjung tiap bulannya.

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis perhotelan di Jepara akhir-akhir ini memang semakin terlihat seiring dengan banyaknya kegiatan pariwisata di Jepara dan sekitarnya. Beberapa hotel baru sudah menyelesaikan program pembangunannya dan beberapa di antaranya sedang dalam tahap proses

penyelesaian. Salah satu hotel baru yang sudah beroperasi adalah Hotel d'Season Premiere Jepara yang terletak di pusat kota, kemudian ada hotel yang tergolong lama ada di Jepara yaitu Hotel Jepara Indah dengan bintang tiga yang berubah menggunakan manajemen baru seperti Hotel Syailendra, dan hotel-hotel lama yang telah ada saling bersaing dan berupaya menarik minat calon konsumen dengan level pelayanan yang berbeda-beda. Ada yang berkelas melati hingga berbintang, bahkan sekarang ini pun sudah muncul hotel-hotel syariah sebagai sebuah fenomena cara pelayanan hotel yang memiliki keunikan tersendiri karena berbasis dari norma keagamaan dalam menjalankan usahanya.

Bisnis perhotelan di Jepara sendiri menurut penulis secara umum dapat digolongkan berdasar beberapa hal yaitu pertama yang berdekatan secara langsung dengan lokasi wisata dimana kegiatan para pelanggan (konsumen) melaksanakan kegiatan pariwisatanya. Sebagai contoh, mereka yang ingin menghabiskan waktu menikmati keindahan alam di sekitar lokasi pariwisata pantai Bandeng atau pantai Kartini tentunya lebih memilih menginap di sekitar lokasi yang berdekatan dengan tempat wisata ini, dengan kelebihan beragamnya jenis dan tingkat pelayanan hotel dari tingkat Melati hingga bintang tiga yang tersedia di sekitar pantai. Karena itu, menjadi wajar bila beragam promosi dan pemasaran dari masing-masing hotel menawarkan kelebihan dengan menggunakan obyek wisata pantai sebagai kekuatan utama promosinya. Kedua, hotel-hotel yang terletak di pusat kota dengan keunggulan antara lain kemudahan akses transportasi selama 24 jam non stop dengan taksi Kartini, kelengkapan fasilitas pertemuan untuk bisnis atau pelatihan, beragamnya hiburan yang tersedia di

pusat- pusat perbelanjaan, dan banyaknya wisata kuliner baru yang berada di sekitar lokasi hotel masing-masing. Ketiga, adalah hotel yang berlokasi tidak berada di pusat kota dan juga tidak berada di dekat lokasi wisata secara khusus, namun berada di daerah pinggiran dan mempunyai kelebihan dalam kemudahan akses pengguna transportasi antarkota, kenyamanan lokasi dan kelengkapan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan seperti Taman Keluarga dan kelengkapan sarana untuk melakukan pertemuan bisnis atau acara seminar lainnya.

Kedepan sangatlah diperlukan terobosan-terobosan inovatif untuk menjawab tantangan pengembangan Hotel d'Season Premiere. Dengan adanya sumber daya manusia dan strategi pemasaran yang mumpuni diharapkan muncul interpreneur-interpreneur baru yang kedepan dapat menangkap peluang kerjasama dan harapan pengembangan pariwisata untuk menjawab peluang dan tantangan pengembangan Hotel d'Season Premiere di Jepara.

Dalam menjalankan sebuah bisnis hotel, sebuah perusahaan akan selalu dihadapkan pada persaingan dengan hotel lain, terutama pada kategori hotel yang sama. Sebuah hotel harus memahami betul siapa konsumennya dan bagaimana mereka berperilaku. Pemahaman mengenai siapa konsumennya akan menuntun para pengusaha kepada keberhasilan memenangkan persaingan dalam memasarkan hotel yang dikelolanya.

Sebuah hotel harus dapat merancang strategi promosi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuannya adalah dapat menarik minat konsumen untuk menginap di hotel dengan pelayanan yang ditawarkan. Oleh karena itu untuk menarik perhatian tamu hotel maka perusahaan harus bisa

menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan perusahaan. Biasanya strategi diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi tamu yang menginap.

Dengan melakukan promosi perusahaan akan lebih fokus menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, dan tentunya diharapkan dapat memberi hasil yang optimal bagi perusahaan. Hal ini berlaku juga dalam bisnis di bidang perhotelan. Dalam kondisi persaingan yang tinggi dalam penyediaan jasa di bidang perhotelan, strategi pemasaran yang tepat akan sangat membantu menginformasikan pada masyarakat. Faktor kunci dalam memasarkan sebuah produk atau jasa kepada masyarakat adalah komunikasi. Sebuah hotel harus mampu menyampaikan pesan kepada konsumen dan masyarakat secara umum mengenai jasa yang disediakan, yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Dalam suatu organisasi strategi *public relations* sangat dibutuhkan untuk mengkomunikasikan informasi antara organisasi dengan publiknya secara terencana. Strategi PR merupakan langkah-langkah yang ditempuh oleh *Public Relations* sesuai dengan *PR plan* untuk mendukung terwujudnya tujuan organisasi, dengan kata lain di dalam strategi PR sebenarnya merupakan perencanaan. Pada perencanaan manajemen strategi PR, tujuan organisasi menjadi dasar dalam memilih strategi yang akan dijalankan. Seperti yang dijelaskan mengenai strategi Public Relations menurut Ahmad S. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, batasan pengertian tentang

strategi PR adalah “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan PR dalam kerangka suatu PR (*PR plan*) (Ruslan, 2013:110).

*Public relations* merupakan penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya sehingga maksud dan tujuan dari organisasi/lembaga dapat sampai ke publiknya, selain itu *public relations* juga memiliki peran untuk menciptakan citra bagi organisasi dan lembaganya. Tugas PR adalah menegakkan citra organisasi atau organisasi yang diwakilkan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan (Kasali, 2015: 30).

Permasalahan yang dialami hotel D'Season Premiere, dulunya bekerjasama dengan koran lokal dan nasional termasuk promosi melalui Suara Merdeka dan Kompas. Biaya yang dilakukan untuk promosi cukup tinggi sementara para pengunjung yang datang setelah ditanya, mengetahui iklan hotel D'Season Premiere darimana, jawabnya banyak yang menyatakan dari Tribun News. Agar kegiatan iklan hotel D'Season Premiere di majalah Tribun News Jateng berlangsung secara efektif, maka pemasar memerlukan usaha setiap orang dalam sebuah organisasi dan dapat dibuat kurang atau lebih efektif oleh tindakan-tindakan dari kelengkapan organisasi. Menyikapi berbagai permasalahan pariwisata yang dihadapi oleh Kabupaten Jepara, maka perlu dilakukan studi untuk menghasilkan strategi-strategi yang dapat digunakan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas layanan pariwisata serta jumlah kunjungan wisatawan.

Persaingan dari masing-masing hotel yang ada di Jepara seperti contoh di

atas dalam menawarkan kelebihan-kelebihannya menjadikan permasalahan strategi komunikasi pemasaran dalam bentuk promosi periklanan sebagai hal yang penting untuk dibahas. Tidak saja karena membahas konsep-konsep komunikasi pemasaran tetapi juga berhubungan dengan perkembangan kegiatan penunjang pariwisata di Jepara dan sekitarnya. Pemilihan strategi komunikasi pemasaran yang tepat akan menjadi keuntungan tidak saja bagi hotel tersebut namun juga akan berpengaruh dalam kemajuan dunia usaha lainnya di kota Jepara.

## 1.2. Ruang Lingkup Masalah.

Dalam penelitian ini peneliti memberi batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya di khususkan pada organisasi Hotel d'Season Premiere Jepara.
2. Penelitian ini mendeskripsikan peluang dan strategi *public relation* yang dijalankan oleh Hotel d'Season Premiere Jepara dalam mempromosikan wisata Jepara.

## 1.3. Rumusan Masalah.

Berdasarkan masalah PR Hotel d'Season Premiere Jepara adalah strategi komunikasi yang belum dapat menghubungkan antara organisasi dengan pengunjung w atau wisatawan yang datang ke Jepara. Maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah,

1. Bagaimana strategi promosi Hotel d'Season Premiere Jepara?

2. Bagaimana efektifitas iklan Hotel d'Season Premiere Jepara di majalah Tribun News Jateng?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengenalisis periklanan Hotel d'Season Premiere Jepara.
2. Mengenalisis efektifitas iklan Hotel d'Season Premiere Jepara di majalah Tribun News Jateng.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang strategi efektifitas iklan Hotel d'Season Premiere Jepara di majalah Tribun News Jateng. Peneliti nantinya dapat memahami bagaimana proses pengembangan usaha dan menjalankan dan meneruskan organisasi.

2. Bagi Hotel d'Season Premiere Jepara

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang positif bagi organisasi untuk mendapat wisatawan yang banyak sehingga dapat diaplikasikan dalam strategi pemasaran.



## 1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memperoleh gambaran secara garis besar tentang penulisan skripsi ini, dicantumkan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan mengemukakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka mengemukakan tentang penguji teori, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas metode penelitian berupa jenis penelitian, jenis data yang diperlukan, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengemukakan tentang penjelasan mengenai Hotel d'Season Premiere Jepara, penyajian data, analisis data, dan pembahasan.

### BAB V PENUTUP

Penutup mengemukakan Kesimpulan dan Saran.