

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini usaha penyedia jasa akomodasi atau perhotelan mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya di wilayah Kabupaten Bogor dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan usaha yang dinilai menarik dan menguntungkan yang diindikasikan dengan jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Bogor baik wisatawan manca negara dan domestik setiap tahun mengalami peningkatan.

**Tabel 1.1. Jumlah Wisatawan Kabupaten Bogor 2014-2019**

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah	Presentase Peningkatan
2014	38.536	4.975.939	5.014.475	
2015	103.042	4.979.796	5.082.838	1,34%
2016	166.071	8.625.229	8.791.300	42,18%
2017	355.330	6.944.804	7.300.134	-20,43%
2018	339.931	7.173.278	7.513.209	2,84%
2019	287.681	9.197.276	9.484.957	20,79%
2020	-	-	-	-
<b>Rata-Rata</b>	<b>215.099</b>	<b>6.982.720</b>	<b>7.197.819</b>	<b>9%</b>

Sumber: BPS Kabupaten Bogor Dalam Angka (2021)

Hal ini didukung dengan Tabel 1.1 yang menunjukkan bahwa pada kurun waktu 7 tahun terakhir menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung baik mancanegara maupun domestik rata-rata sebanyak 9% atau 7.197.819 pengunjung. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2016 yang mencapai 8.791.300 pengunjung atau meningkat sebesar 42.18% dibandingkan tahun 2015. Sementara dalam data menunjukkan terjadi penurunan pada tahun 2017 sebanyak -20,43% dari tahun 2016 atau mengalami pengurangan 1.491.166 pengunjung, namun dalam kondisi 4 tahun angkanya terlihat mengalami kenaikan. Kondisi inilah yang menarik perhatian para pemodal atau pengelola hotel ditambah adanya peningkatan perusahaan swasta dan instansi pemerintahan yang melakukan perjalanan dinas, pelatihan-pelatihan, kegiatan rapat perusahaan maupun liburan, maka akan dibutuhkan akomodasi atau hotel untuk menunjang kegiatan tersebut. Data dari BPS Kabupaten Bogor tercatat pada tahun 2019 jumlah akomodasi Hotel Berbintang sebanyak 21 dan Hotel Melati dan Akomodasi lainnya sebanyak 300. Saat ini penyedia jasa

akomodasi memiliki keberagaman fasilitas dan konsep berdampak pada tingginya persaingan antar penyedia jasa akomodasi dan diperlukannya strategi bersaing agar perusahaan dapat terus berjalan ditengah persaingan yang ada.

Disisi lain berkembangnya teknologi penyebaran informasi melalui media *online* menyebabkan mudahnya pengguna jasa akomodasi mencari informasi produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Konsumen pada umumnya mencari informasi meliputi lokasi, fasilitas, harga, jenis kamar dan lain-lain. Terlihat dari Tabel 1.2 bahwa presentase rumah tangga yang pernah mengakses internet dalam 3 bulan terakhir di tahun 2019 menurut provinsi sekitar Kabupaten Bogor yaitu DKI Jakarta dan Jawa Barat dengan tujuan mengakses internet untuk mendapatkan informasi/ berita rata-rata sebesar 82,50%, untuk tujuan media sosial rata-rata sebesar 93,08% menjadi presentase tertinggi dalam tujuan mengakses internet. Sementara untuk mendapatkan informasi mengenai barang/jasa rata-rata sebesar 21,86%. Hal ini menjadi keuntungan untuk perusahaan jasa akomodasi karena diuntungkan dari sisi kemudahan pemasaran untuk mencapai target konsumen, efisiensi biaya pemasaran dan mendapatkan laba lebih besar.

**Tabel 1.2. Persentase Rumah Tangga Yang Pernah Mengakses Internet Dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Provinsi Dan Tujuan Mengakses Internet, 2019**

Tujuan Mengakses Internet	Provinsi		Rata-Rata
	DKI Jakarta	Jawa Barat	
Mendapat Informasi/ Berita	87,81%	77,18%	82,50%
Mendapatkan Informasi Untuk Proses Pembelajaran	34,57%	38,25%	36,41%
Mengirim/ Menerima Email	37,06%	19,25%	28,16%
Media Sosial	92,59%	93,56%	93,08%
Pembelian Barang/Jasa	30,76%	19,64%	25,20%
Penjualan Barang/Jasa	10,61%	8,89%	9,75%
Hiburan	73,60%	69,07%	71,34%
Fasilitas Finansial	20,77%	9,73%	15,25%
Mendapat Informasi Mengenai Barang/Jasa	25,10%	18,62%	21,86%

Sumber: BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional (2019)

Jasa akomodasi atau hotel merupakan bisnis yang spesifik dimana konsumennya mempunyai perilaku yang khas. Penyedia jasa akomodasi atau hotel akan mengalami tingkat hunian (*occupancy rate*) yang tinggi bahkan melebihi kapasitas pada waktu-waktu tertentu seperti hari libur dan akhir pekan. Akan tetapi di masa tertentu mengalami tingkat

hunian yang sangat rendah seperti bulan ramadhan atau adanya faktor lain yang menjadi penyebab berkurangnya pengunjung akomodasi. Hal ini menjadi pekerjaan rumah bagi pengelola jasa akomodasi untuk mencari solusi agar tingkat hunian ini konsisten dan sesuai dengan yang diharapkan.

**Tabel 1.3. Persentase Tingkat Penghunian Kamar Hotel Di Jawa Barat Tahun 2015-2020**

Tahun	Hotel Bintang	Hotel Non Bintang	Hotel Bintang & Non Bintang	Presentase Peningkatan
2015	46,20	36,98	44,01	
2016	55,14	34,67	45,28	2,80%
2017	56,80	36,14	47,35	4,37%
2018	58,76	29,05	44,54	-6,31%
2019	49,56	31,29	48,32	7,82%
2020	28,77	26,35	28,51	-69,51%
<b>Rata-rata</b>	<b>49,21</b>	<b>32,41</b>	<b>43,00</b>	<b>-12%</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022) diolah peneliti

Dalam tabel di 1.3 menunjukkan tingkat hunian kamar di Jawa Barat mengalami fluktuasi pada periode 6 tahun belakangan dimana mengalami kenaikan persentase hunian selama 3 tahun dengan kenaikan tertinggi sebesar 7,82% pada tahun 2019 dan mengalami penurunan tajam di tahun 2020 yaitu -69,51% dengan persentase hunian 28,51% yang diindikasikan karena imbas dari pandemi virus covid-19 yang dimana pada bulan Januari mulai terdeteksi masuk ke Indonesia, kemudian puncaknya terjadi kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar pada bulan Maret 2020 berimbas pada aktifitas sehari-hari masyarakat Indonesia bahkan dunia terganggu,

**Tabel 1.4. Omset Tahunan Aries Biru Group Hotel & Villa 2017-2021**

Tahun	Omset (Per Tahun)	Rata-rata (Per Bulan)	Rata-rata (Per Minggu)	Presentase Peningkatan
2017	6125	510.42	127.60	
2018	6398	533.17	133.29	4%
2019	9424	785.33	196.33	32%
2020	1931	160.92	40.23	-388%
2021	4490	374.17	93.54	57%
<b>Rata-rata</b>	<b>5673.6</b>	<b>472.8</b>	<b>118.2</b>	<b>-74%</b>

Sumber : Aries Biru Group Hotel & Villa (2022)

Sesuai presentase tingkat hunian penghunian kamar hotel di Jawa Barat, kondisi ini juga bisa dilihat dalam persentase omset 5 tahun terakhir pada tabel 1.4 perusahaan Aries Biru Group Hotel & Villa. Dimana pada tahun 2017-2019 terjadi peningkatan positif dari tahun ke tahun. Akan tetapi di tahun 2020 terjadi penurunan signifikan sebesar -388% dari omset tahun 2019. Lalu kemudian di tahun 2021 mencoba bangkit ditengah kondisi yang ada mulai mengalami peningkatan sebesar 57%. Akan tetapi kenaikan tersebut masih di bawah rata-rata omset per tahun. Menjadi sebuah persoalan besar untuk jasa akomodasi dalam menentukan strategi terhadap kondisi yang terjadi setelah masa pandemi dan pembatasan sosial berlangsung. Dimana terjadi penurunan signifikan terhadap tingkat hunian kamar atau jumlah pengunjung. Maka dari itu berdasarkan uraian dan latar belakang yang telah disampaikan di atas maka penulis menentukan judul penelitian yaitu **Analisis Strategi Pada Aries Biru Group Hotel & Villa Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Masih rendahnya tingkat hunian (*occupancy rate*) di Aries Biru Group Hotel & Villa.
2. Terbatasnya media komunikasi dengan pelanggan sebagai sarana promosi perusahaan.
3. Masih terjadinya keluhan pelanggan karena berbagai faktor yang terjadi di lapangan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
4. Tidak konsistennya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kebijakan mutu perusahaan.
5. Ketidakpastiannya kondisi lingkungan dalam masa pandemi dan kebijakan pemerintah daerah sehingga berpengaruh kepada operasional perusahaan.

## **1.3. Batasan Masalah**

Untuk mempermudah penelitian maka penulis melakukan pembatasan masalah agar bisa lebih fokus dan berjalan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Adapun penelitian dilakukan mengenai analisis strategi dengan tempat penelitian pada perusahaan

bernama Aries Biru Group Hotel & Villa (Aries Biru, Aquarius Orange, Jatimas Hijau) dengan alamat Jl. Hankam No. 168, Jogjogan, Cisarua Km. 82, Kab. Bogor dari bulan April 2022 sampai dengan bulan Juli 2022.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Dalam mempermudah penelitian ini, maka penulis akan fokus pada permasalahan yang maka diteliti. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki Aries Biru Group Hotel & Villa?
2. Apa saja faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dimiliki Aries Biru Group Hotel & Villa?
3. Alternatif strategi apa saja yang dapat dirumuskan oleh Aries Biru Group Hotel & Villa?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki Aries Biru Group Hotel & Villa.
2. Mengetahui faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dimiliki Aries Biru Group Hotel & Villa.
3. Mengetahui Alternatif strategi pemasaran Aries Biru Group Hotel & Villa menggunakan analisis SWOT.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat diantaranya:

1. Dapat memberikan tambahan wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat dalam meningkatkan kompetensi penulis khususnya dalam menyusun strategi pemasaran pada bisnis jasa akomodasi atau perhotelan.

2. Sebagai bahan pertimbangan atau informasi bagi pihak manajemen dan pimpinan perusahaan dalam usaha strategi pemasaran jasa akomodasi atau perhotelan.
3. Dapat menjadi acuan dan bahan pembelajaran serta referensi bagi civitas akademis program studi manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dan civitas akademis lainnya dalam melakukan penelitian dalam judul atau topik yang relevan.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Agar mempermudah serta dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai isi penelitian ini maka pembahasan dilakukan secara sistematis meliputi:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan bab yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan Pustaka merupakan bab yang menjelaskan mengenai teori yang relevan dengan penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian merupakan bab yang menjelaskan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan bab yang menjelaskan gambaran penelitian yang meliputi gambaran umum perusahaan dan pembahasan

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan dan saran merupakan bab yang menjelaskan tentang simpulan penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang diharapkan bisa berguna bagi instansi terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi informasi tentang berbagai buku jurnal dan rujukan dalam penyusunan penelitian.