

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring kemajuan zaman di masa globalisasi saat ini dalam rangka menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Berupaya secara lebih profesional demi suatu tujuan tercapainya perkembangan usaha yang mandiri, dimana kita di tuntut untuk dapat berperan serta dalam pembangunan segala bidang. Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang produk atau pun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat di capai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan dalam masa pandemic covid-19.

Pada Pandemi Covid-19 terlihat menakutkan karena sudah memakan banyak korban dan sebuah virus yang tidak terlihat secara fisik, pandemi sendiri yaitu suatu wabah yang sudah menyebar disekuruh dunia. Menurut WHO (World Health Organization atau Badan Kesehatan Dunia) secara resmi mendeklarasikan “virus corona (COVID-19) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020”. Artinya, virus corona telah menyebar secara luas di dunia. Virus ini pada umumnya menyebabkan gejala ringan atau sedang, seperti demam dan batuk, dan seharusnya bisa sembuh dalam beberapa waktu, tapi bagi

sebagian orang yang sudah memiliki penyakit akan membuat lebih beresiko dalam hal inimeninggal, virus corona dapat menyebabkan masalah kesehatan yangserius. Kebanyakan korban berasal dari kelompok.

Sehingga dunia bisnis menuntun peran pemasaran yang dapat menunjang kemajuan usaha bisnis. Maju atau mundurnya suatu bisnis akan sangat di tentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran bisnis yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas (pelanggan) strategi pemasaran adalah suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana strategis. Strategi pemasaran jasa terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, person, proses dan customer service.

Hotel adalah bangunan yang di kelola untuk menyediakan tempat penginapan bagi para tamu dalam jangka pendek dengan imbalan uang dan umumnya hotel bertujuan untuk menarik pelanggan pada segmentasi tertentu melalui model penetapan haarga dan strategi pemasaran atau melalui berbagai layanan dan tujuan utamanya untuk meningkatkan keuntungan dalam berbisnis.

Jhon's hotel beralokasi di Jl. Laamentik No.56, Oebufu, Kec. Oebobo, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Jhon's Hotel selain menjual kamar juga dapat mempromosikan aula untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen, untuk memenuhi keniginan konsumen dalam berbagai macam kegiatan yang di butuhkan. Kotler dan Amstrong (2012:76). Artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Jhon's Hotel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan di kota kupang. Bisnis dalam bidang pelayanan jasa penginapan saat ini sudah banyak sekali di Kota kupang. Namun demikian Jhon's Hotel berada di wilayah kota kupang memberikan kualitas yang cukup baik bagi para pengunjung atau tamu, oleh sebab itu antusiasme masyarakat untuk menggunakan jasa penginapan di Jhon's Hotel cukup besar. Menghadapi persaingan yang ketat tentu membawa tantangan dan kesulitan- kesulitan yang harus dihadapi. Walaupun demikian, suatu bisnis tetap di tuntut untuk efektif dalam pengelolaannya, karena apabila bisnis itu tidak dapat bersaing atau pun tidak dapat mengikuti perubahan yang terjadi, maka bisnis itu akan berada diambang kehancuran.

Sejauh ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh Jhons Hotel adalah menciptakan nilai lebih pada produk yang di tawarkan khususnya dalam pelayanan jasa. Karena dimana hubungan ini adalah pemahaman tentang apa yang di inginkan dan di butuhkan pelanggan dan memandang pelanggan sebagai aset jangka panjang yang akan memberikan pemasukan yang terus menerus selama kebutuhan mereka terpuaskan.

Dengan semakin ketatnya persaingan dalam menyediakan layanan akomodasi hotel di perlukan cara-cara khusus yang digunakan untuk menyasati situasi ini dan memperhitungkan bagaimana kelangsungan operasional hotel dalam menanggapi hotel-hotel pesaing yang terus berkembang dan memberikan kepuasan pelayanan yang harus berkembang sesuai dengan permintaan pasar.

Dalam hal ini manajemen penyedia layanan akomodasi hotel di harapkan menyiapkan strategi-strategi khusus dalam menghadapi persaingan penjualan akomodasi kedepannya, karena strategi merupakan kunci sukses yang digunakan oleh perusahaan sebagai penunjang dalam pengambilan sebuah keputusan. Penentuan strategi yang tepat dalam pengambilan keputusan menjadi salah satu hal yang penting yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, karena suatu strategi memiliki peranan penting dalam menunjang perkembangan perusahaan hingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Berikut daftar harga kamar Jhon's Hotel yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Daftar Fasilitas Jhon's Hotel di Kota Kupang**

No	Tipe Room	Kapasitas	unit	Harga/pax
<b>1</b>	<b>Meeting Room</b>			
	• Cendana Room	350 orang	1	Rp 3.500.000
	• Komodo	75 orang	1	Rp 2.000.000
	• Pasola	45 orang	1	Rp 2.000.000
<b>2</b>	<b>Kamar Tamu</b>			
	• Standar Room	2 orang	20	Rp 300.000
	• Superior	2 orang	29	Rp 350.000
	• Deluxe	2 orang	11	Rp 450.000
<b>3</b>	<b>Publik Area</b>			
	• Meeting Room		3	-
	• Cafe shop dan Restorant	40 orang	1	10-125
	• Smoking Area	20 orang	1	-
	• Lobby	85 orang	1	-

Sumber : Jhon;s Hotel Kota Kupang 2021.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat tipe room, jumlah kapasitas, jumlah unit dan harga pada Jhon's Hotel di Kota Kupang. yaitu : tipe room terdapat meeting room, publik area dan kamar tamu. Dimana meeting room memiliki 3 bagian room yaitu cendana room kapasitas cendana

room 350 orang, kapasitas vaksolar 75 orang dan kapasitas komodo 45 orang, dan masing-masing memiliki 1 unit dengan harga yaitu cendana room Rp 3.500.000, vaksolar 2.000.000 dan komodo 2.000.000. Selanjutnya kamar tamu memiliki 3 bagian room untuk tipe kamar kapasitas, unit dan harga yaitu standar room kapasitas 2 orang dalam satu kamar dan standar room memiliki 20 unit dengan harga 300/net, superior kapasitas 2 orang dalam satu kamar dan standar room memiliki 29 unit dengan harga 350/net, deluxe kapasitas 2 orang dalam satu kamar dan deluxe memiliki 11 unit dengan harga 350/net, selanjutnya publik area memiliki 4 bagian room untuk tipe kamar, kapasitas, dan harga yaitu meeting room kapasitas 350 orang dan meeting room memiliki 3 unit yang terpisah dari publik area dengan harga 3.500.000, cafe shop dan restaurant yaitu kapasitasnya 40 orang dan restaurant dan cafe shop memiliki 1 unit dengan harga mulai dari 10-125, smoking area memiliki kapasitas 20 orang dan memiliki 1 unit, lobby kapasitas 85 orang dan room lobby memiliki 1 unit.

Berdasarkan pentingnya masalah harga dan pemasaran, maka hal ini perlu di perhatikan oleh perusahaan Jhon's Hotel, yakni sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kamar & jasa, dimana dalam upaya untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan hotel lainnya. Serta untuk lebih meningkatkan penjualan kamar, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Berikut daftar jumlah pelanggan Jhon's Hotel yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Jumlah Pelanggan pada Jhon's Hotel Kota Kupang**

No	Tahun	Jumlah pelanggan (hunian)
1	2018	1.050
2	2019	1.033
3	2020	300

Sumber : Jhon;s Hotel Kota Kupang 2021.

Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa TPK (Tingkat Penghunian Kamar) pada Jhon's Hotel di Kota Kupang dari tahun 2018-2020 mengalami penurunan. dimana pada tahun 2018 jumlah pelanggan hotel sebanyak 1.050, pada tahun 2019 mengalami penurun sebanyak 1.033 pelanggan, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi sebanyak 300 pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dari Nadapdap Kristanty (2015) dengan penelitian dengan “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan pada Hotel Danau Toba Internasional Medan. Hasil analisis menunjukkan secara serempak (Uji F), faktor produk, harga, promosi, distribusi, person, proses, dan customer service berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Secara parsial (uji t) variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah pelanggan adalah variabel harga, person, dan proses, sedangkan variabel produk, promosi, distribusi dan customer service berpengaruh tidak signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Usulu Dwicahya Ichtiar, Tumbel L Altje (2019) dengan judul “Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan

kepuasan pelanggan pada double o karaoke Manado”. Hasilnya Marketing mix berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Double O karaoke kecuali harga yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Nadapdap Kristanty, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan pada Hotel Danau Toba Internasional Medan (2015) adalah secara serempak (Uji F), faktor produk, harga, promosi, distribusi, person, proses, dan customer service berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Dan secara parsial (Uji t) variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah pelanggan adalah variabel harga, person, dan proses, sedangkan variabel produk, promosi, distribusi dan customer service berpengaruh tidak signifikan.

Selanjutnya Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Usulu Dwicahya Ichtar, Tumbel L Altje (2019) dengan judul Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada double o karaoke Manado adalah menunjukkan bahwa strategi pemasaran product, price, place, dan promotion (4P) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Double O Karaoke Manado.

Untuk penelitian yang akan datang di sarankan untuk hotel perlu memperbaiki strategi distribusidengan menambah tempat- tempat sebagai sumber informasi, dan hotel perlu memperbaiki strategi person dengan menginstruksikan kepada pegawai agar lebih ramah kepada pelanggan dan disiplin menangani pekerjaan. Strategi proses juga perlu diperbaiki dengan

memotivasi pegawai agar lebih bergairah bekerja. Hotel perlu memperbaiki pelayanannya dengan memberikan tanggapan yang memuaskan atas setiap keluhan dari para pelanggan.

Selanjutnya untuk penelitian yang akan datang di sarankan untuk perusahaan agar memperhatikan strategi penentuan harga karena ditemukan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan penelitian terdahulu di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh bauran pemasaran dalam meningkatkan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan penelitian terdahulu diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Masa Pandemi Covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.**

## **1.3 Persoalan Penelitian**

- 1) Apakah pengaruh produk (product) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?
- 2) Apakah pengaruh harga (price) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?
- 3) Apakah pengaruh tempat (place) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?
- 4) Apakah pengaruh promosi (promotion) dapat meningkatkan kepuasan



pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?

- 5) Apakah penguruh orang (person) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?
- 6) Apakah penguruh proses (process) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?
- 7) Apakah penguruh bukti fisik (physical evidence) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang?

#### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui apakah produk (product) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.
- 2) Untuk mengetahui apakah harga (price) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.
- 3) Untuk mengetahui apakah tempat (place) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.
- 4) Untuk mengetahui apakah promosi (promotion) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.
- 5) Untuk mengetahui apakah penguruh orang (person) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.

- 6) Untuk mengetahui apakah proses (process) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.
- 7) Untuk mengetahui apakah bukti fisik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada masa pandemi covid-19 di Jhon's Hotel Kota Kupang.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

##### 1.4.2.1 Manfaat akademik

- a. Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan informasi yang berkaitan tentang analisis pengaruh marketing mix pada masa pandemi covid-19 di jhon's hotel kota kupang
- b. Bagi pembaca secara umum, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan informasi dan wawasan tentang analisis pengaruh marketing mix pada masa pandemi covid-19 di Jhon's hotel kota kupang.

##### 1.4.2.2 Manfaat praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat sebagai masukan atau informasi tambahan bagi perusahaan dan akan menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan baru perusahaan tentang analisis pengaruh marketing mix pada masa pandemi covid-19 di Jhon's hotel kota kupang.