

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu fenomena yang sangat diperhatikan, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang bagi para pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Timbulnya persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan lokal sebagai tuan rumah dituntut untuk mengenali perilaku konsumen guna menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan konsumennya. Perusahaan yang ingin bertahan harus mempunyai nilai yang lebih agar dapat menjadi perusahaan yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Nilai lebih yang ditawarkan kepada calon konsumen ini akan semakin memberikan kemandirian kepada calon konsumen sehingga dapat mendorong konsumen lama untuk bertransaksi kembali (Susanto & Budiarti, 2018).

Salah satu bisnis yang banyak berkembang di Indonesia yaitu bisnis yang bergerak di sektor pariwisata, khususnya bisnis hotel yang mendukung sektor pariwisata di suatu daerah yang memiliki sekian banyak pesaing yang sudah berpengalaman dan bahkan jumlah pesaingnya akan terus bertambah seiring berkembangnya para investor asing yang masuk di Indonesia. Dalam suatu daerah, keberadaan industri pariwisata sangatlah dibutuhkan karena dapat menambah pendapatan daerah melalui Produk Domestik Bruto. Seperti halnya di Kota Tegal, keberadaan industri pariwisata sangatlah dibutuhkan.

Berdasarkan data kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang ada di Kota Tegal, pada tahun 2021 kontribusi pariwisata di Kota Tegal sebesar 2,16, tahun 2022 sebesar 4,21 dan pada tahun 2023 sebesar 3,35 (Badan Statistik BPS Kota Tegal, 2023) . Berdasarkan informasi kontribusi pariwisata tersebut, dapat dijelaskan bahwa di Kota Tegal kontribusi pariwisata terhadap PDB di tahun 2021 sampai 2023 mengalami kondisi naik turun yang signifikan.

Hotel merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, Fungsi hotel tidak hanya untuk menginap saja, namun berfungsi sebagai tempat untuk menjalankan bisnis, mengadakan seminar, atau sekedar untuk tempat *transit* saja (Fatchurohan, 2020). Usaha perhotelan saat ini di Kota Tegal mengalami penurunan pendapatan karena kurangnya promosi yang dilakukan, dan harga kamar yang terlalu mahal tetapi kualitas tidak setara. Sebagai industri yang menawarkan jasa tempat, maka hotel harus dapat memberikan fasilitas dan layanan yang baik serta memuaskan bagi konsumen. Pemberian fasilitas yang baik maksudnya yaitu dengan menyediakan desain bangunan yang nyaman, eksterior dan interior kamar Hotel yang dapat memberikan ketenangan dan kenyamanan, serta restoran yang bagus dan berkualitas beserta keseluruhan fasilitas lainnya yang lengkap dan memadai. Sedangkan untuk layanan dapat berupa keterampilan dan keramahan dari karyawan atau staf hotel dalam melayani pelanggannya. Dengan adanya fasilitas dan pelayanan yang baik, maka konsumen akan puas dan tentunya tidak akan menjadi masalah apabila harga yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan di hotel lain, karena fasilitas dan pelayanannya sangat berkualitas

sehingga sepadan dengan harga yang ditawarkan. Dengan adanya hal tersebut, maka diharapkan dapat meningkatkan tingkat hunian kamar pada hotel.

Harga menurut (Armstrong, 2021) ialah penjumlahan berupa uang yang dilakukan penagihan pada sebuah barang atau jasa, dengan penilaian dari perolehan kemanfaatan barang atau bentuk pelayanan. Selain itu juga, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kualitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produk. Maka dari itu penetapan harga sangat mempengaruhi pendapatan. Jadi keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan yang penting dalam setiap perusahaan. Sementara itu, dari sisi konsumen, harga seringkali digunakan sebagai salah satu indikator bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang maupun jasa. Oleh karena itu pada tingkat harga tertentu dimana manfaat yang didapatkan konsumen meningkat, maka nilai pendapatan juga akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu nilai suatu barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang didapatkan. Seringkali dalam penentuan nilai sebuah barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan barang dan jasa bersangkutan dalam memenuhi kebutuhan dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

Selain harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan dalam memilih hotel adalah promosi. Promosi merupakan hal yang paling penting dilakukan bagi sebuah perusahaan khususnya perusahaan perhotelan. Kegiatan promosi Hotel dapat dilakukan dengan menggunakan sosial media seperti Instagram,

Facebook, Whatshap, Tiktok dan lain sebagainya. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan dengan jalan memberitahu atau membujuk konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membeli/menggunakan suatu produk. Dengan demikian promosi sangat erat kaitannya dengan volume penjualan terutama dalam upaya mempengaruhi konsumen akan produk yang ditawarkan. strategi promosi dan harga seperti ini, hendaklah dapat diperhatikan oleh para pemilik sektor perhotelan khususnya di Hotel Riez Palace ini.

Menurut penelitian terdahulu (Musthofa & Karsudjono, 2023) menunjukkan hasil penelitian ini bahwa strategi penetapan harga dan promo mempunyai pengaruh secara persial dan simultan terhadap keputusan konsumen menginap di Grand Dafam Q Hotel Banjarbaru. Sedangkan menurut (Nganro, 2020) menunjukkan bahwa penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar Hotel Ideas Bandung promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar Hotel Ideas Bandung dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap tingkat hunian kamar Hotel Ideas Bandung.

Permasalahan yang terjadi pada Hotel Riez palace yaitu harga kamar yang terlalu mahal dan tidak sesuai dengan fasilitas yang didapat, desain hotel yang kurang menarik karena tidak ada perbaikan kamar atau kurangnya perawatan kamar dan promosi yang kurang luas di media sosial sehingga kurang menarik konsumen. Selain itu, masalah yang terjadi di hotel ini adalah harga kamar yang ditetapkan oleh hotel menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan hotel lain yang bisa memberikan harga lebih rendah dengan fasilitas serupa ataupun lebih. Oleh

karena itu, seharusnya pihak hotel harus melakukan merevisi harga sesuai dengan fasilitas, perawatan yang lebih baik atau perbaikan dan kurang luas di media sosial sehingga kurang menarik dibandingkan hotel-hotel yang lain. kegiatan promosi seluas mungkin baik *online* maupun secara langsung. promosi secara *online* bisa dilakukan pada beberapa aplikasi seperti Traveloka, Instagram, Whatsapp, Fecebook dan sebagainya. Sedangkan secara langsung bisa menawarkan produk ke kantor-kantor dengan memberikan harga kamar *sale* supaya konsumen merasa tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Dengan melakukan kegiatan promosi dan memberikan diskon harga kamar di beberapa *event-event* tertentu seperti mengadakan kegiatan *sale* 10% di acara ulang tahun hotel, Hari Kartini, dan sebagainya ke konsumen maka hal ini diharapkan tingkat akupansi (jumlah pengunjung) akan meningkat terus menerus. Dengan berbagai permasalahan hotel seperti kurang promosi melalui media sosial seperti Wa, Instagram, Fecebook, Traveloka, Harga kamar terlalu mahal dan Desain interior tidak mengikuti perkembangan jaman. Hal ini menyebabkan Hotel Riez Palace sering sepi dari pengunjung.

Berdasarkan penjelasan di atas keberhasilan promosi untuk meningkatkan akupansi kamar, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN HARGA KAMAR TERHADAP TINGKAT OKUPANSI HOTEL RIEZ PALACE KOTA TEGAL”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan Okupansi pada Hotel Riez Palace?
2. Apakah Harga Kamar berpengaruh secara persial terhadap peningkatan Okupansi pada Hotel Riez Palace?
3. Apakah Promosi dan Harga kamar, berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan Okupansi pada Hotel Riez Palace?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Promosi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan Okupansi pada Hotel Riez Palace?
2. Untuk mengetahui Harga Kamar berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan okupansi pada Hotel Riez Palace.
3. Untuk mengetahui Promosi dan Harga Kamar berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan Okupansi pada Hotel Riez Palace.

## **1.4 Manfaat Penlitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Peneliti ini diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang didapat selama perkuliahan dengan praktek di lapangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi serta wawasan tentang bagaimana

strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah okupansi untuk menginap pada Hotel Riez Palace Kota Tegal.

2. Bagi Hotel Riez Palance Kota Tegal

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Hotel Reiz Palace Kota Tegal Upaya meningkatkan jumlah okupansi untuk menginap pada Hotel.

3. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Peneliti ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan infrmasi bagi mahasiswa Politeknik Harapan Bersama khususnya bagi jurusan Akuntansi.

### **1.5 Batasan Masalah**

Luasnya ruang lingkup permasalahan yang ada serta keterbatasan waktu dan pengetahuan, maka agar pembahasan masalah lebih fokus dan spesifik dibutuhkan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai variabel yang di batasi misalnya (1) Promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat untuk mengetahui konsumen dalam kegiatan pemasaran. Harga kamar merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. (2) Pengunjung yang menginap di Hotel Riez Palace Kota Tegal umumnya terdiri dari berbagai kalangan dengan tujuan beragam. Berikut beberapa karakteristik umum dari pengunjung hotel

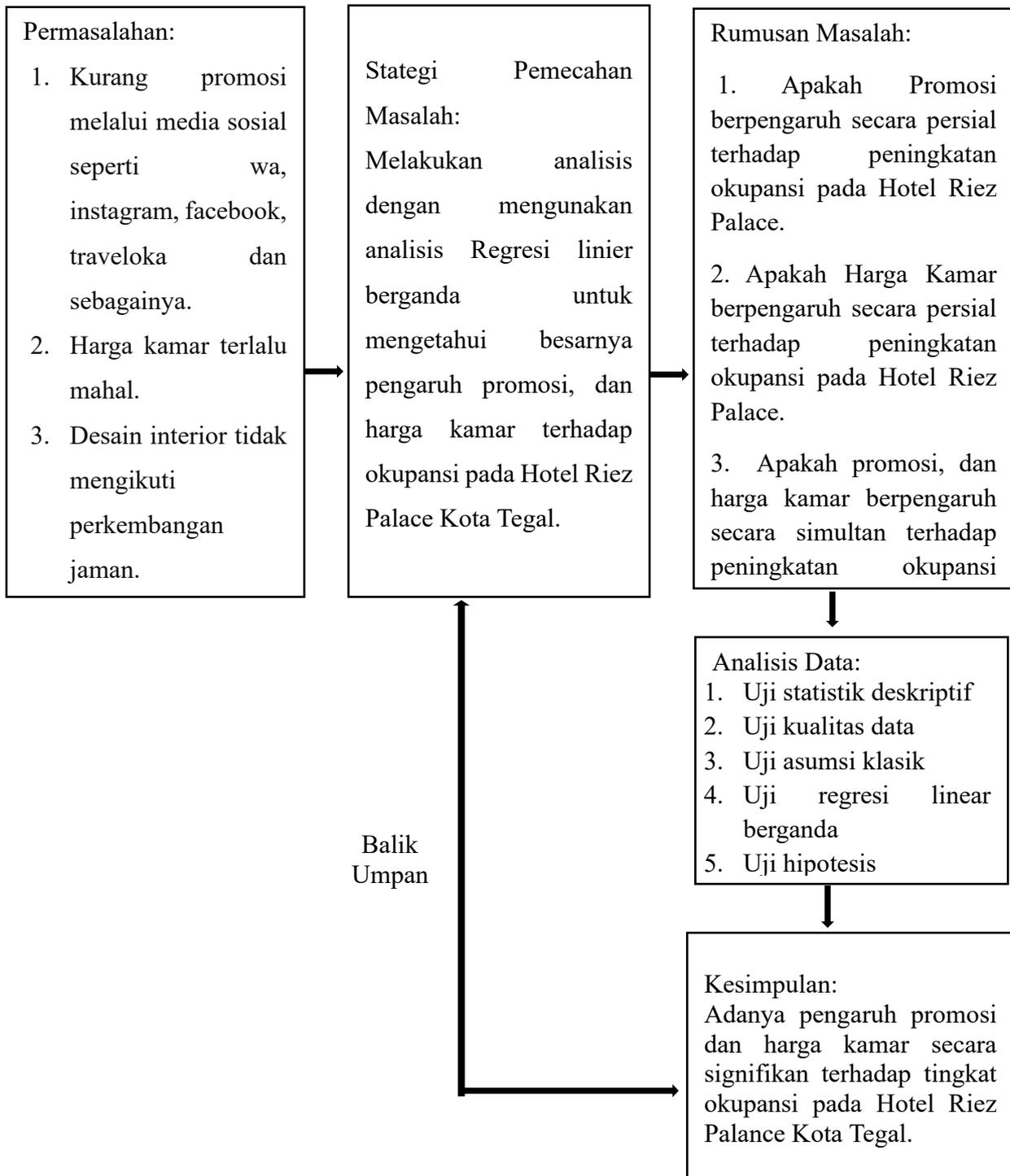
ini: Wisatawan Domestik, Rombongan Keluarga, Peserta acara dan kegiatan komunitas dan Wisatawan transit. Hotel Riez Palace dikenal karena lokasinya yang strategis, fasilitas yang lengkap, dan layanan yang baik, sehingga menarik berbagai jenis pengunjung dari latar belakang yang berbeda. Variabel responden seperti (3) Pengunjung yang menginap sudah berusia min 20 tahun. Kelompok usia ini cenderung mencari akomodasi yang tidak hanya menawarkan kenyamanan, tetapi juga fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti Wi-Fi, akses mudah ke transportasi, dan layanan lainnya yang memudahkan aktivitas selama menginap.

## **1.6 Kerangka Berpikir**

Hotel merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, yang mempunyai peranan sebagai penyedia jasa penginapan bagi konsumen. Fungsi hotel tidak hanya untuk menginap saja, namun berfungsi sebagai tempat untuk menjalankan bisnis, mengadakan seminar, atau sekedar untuk tempat transit saja (Fatchurohan, 2020). Sebagai industri yang menawarkan jasa tempat, maka hotel harus dapat memberikan fasilitas dan layanan yang baik serta memuaskan bagi konsumen. Pemberian fasilitas yang baik maksudnya yaitu dengan menyediakan desain bangunan yang nyaman, eksterior dan interior kamar hotel yang dapat memberikan ketenangan dan kenyamanan, serta restoran yang bagus dan berkualitas beserta keseluruhan fasilitas lainnya yang lengkap dan memadai. Sedangkan untuk layanan dapat berupa keterampilan dan keramahan dari karyawan atau staf hotel dalam melayani pelanggannya. Dengan adanya fasilitas dan pelayanan yang baik,

maka konsumen akan puas dan tentunya tidak akan menjadi masalah apabila harga yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan di hotel lain, karena fasilitas dan pelayanannya sangat berkualitas sehingga sepadan dengan harga yang ditawarkan. di hotel lain, karena fasilitas dan pelayanannya sangat berkualitas sehingga sepadan dengan harga yang ditawarkan.

Tingkat Okupansi merupakan teknik untuk mengetahui suatu tingkat hunian dalam suatu bangunan terutama di bidang property. Oleh sebab itu, sangatlah penting bagi hotel untuk meningkatkan okupansinya guna meningkatkan pendapatan. Pada Hotel Riez Palace tingkat okupansinya mengalami penurunan karena harganya terlalu mahal untuk standar hotel bintang 3 tidak sesuai, desain interior tidak mengikuti perkembangan zaman, kurangnya fasilitas kamar. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian guna mengetahui beberapa faktor yang menyebabkan penurunan pada Hotel Riez Palace. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS, diharapkan dapat membantu peneliti untuk mengetahui besarnya pengaruh dari beberapa variabel yang menyebabkan tingkat okupansi menjadi turun. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai Tugas Akhir (TA) ini. Sistematika penulisan Tugas Akhir (TA) adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Bagian awal berisi sampul depan dan halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

### 2. Bagian isi

Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut.

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang dipilih didalam penelitian ini seperti promosi, harga kamar, pengertian okupansi, pengertian hotel dan studi kasus berkait mengenai tinjauan terhadap studi kasus atau penelitian terdahulu yang relevan.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data, Luaran penelitian, dan Jadwal penelitian.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASA

Bab ini berisi tentang laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari peneliti yang dilakukan. Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan Hotel Riez Palace Kota Tegal.

### DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, literature yang berkaitan dengan penelitian.

### 3. Bagian Akhir

#### LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain kusioner peneliti, data karakteristik responden, daftar seluruh jawaban angket responden, hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda dan uji hipotesis.