

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di Indonesia saat ini semakin membuka peluang bagi para pelaku wirausahawan asing untuk berkompetisi dalam menjaring konsumen. Berbagai tantangan banyak yang datang dari para pesaing bisnis. Banyak peluang yang terbuka untuk memasuki segmen pasar baru dengan kelebihan yang dimiliki dan harus dihadapi oleh perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa. Keadaan ini menjadi pendorong perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui kegiatan pemasaran demi keberlangsungan hidup perusahaan. Salah satu bidang usaha yang saat ini memiliki persaingan yang ketat adalah industri perhotelan. Model persaingan antar hotel adalah menarik pelanggan dengan harga, konsep, fasilitas dan karakteristik yang menjadi unggulan masing-masing hotel. Persaingan hotel ada pada semua kelas hotel, yaitu mulai dari kelas bintang melati sampai kelas bintang lima.

Harga merupakan salah satu elemen penting pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat misalnya pada saat musim libur dan hari raya. Hal ini berbeda seperti ciri khas atau *feature* produk dan perjanjian distribusi. Pada saat yang bersamaan, penetapan dan persaingan harga juga merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh sebuah perusahaan. Sedangkan Kebijakan harga merupakan suatu keputusan harga

yang akan ditetapkan pada suatu produk dan jasa tertentu untuk jangka waktu yang telah ditetapkan. Karena harga merupakan salah satu faktor penentu laba atau rugi sebuah Perusahaan.

Hunian kamar hotel (*room occupancy*) merupakan persentase dari jumlah kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan, yang dapat diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan, atau tahunan. Tingkat hunian kamar dapat diketahui dengan menghitung jumlah kamar terjual dibagi jumlah total seluruh kamar dan dikali seratus. Tingkat hunian kamar menyatakan suatu keadaan sejauh mana jumlah kamar dapat terjual. Tujuan utama setiap hotel adalah menjual jasa kamar dengan berusaha menaikkan persentase tingkat hunian kamar (*room occupancy*) hotel. Penjualan tersebut ditandai dengan penggunaan tarif sewa kamar yang tepat kepada para pemakai jasa kamar hotel. Tingkat hunian kamar (*room occupancy*) tidak dapat ditingkatkan karena perputaran hunian kamar dalam keadaan normal hanya terjadi dalam semalam. Artinya setiap 24 jam kamar hotel hanya dapat dihuni oleh tamu jumlah kamar yang bersangkutan. Jika pendapatan suatu kamar pada malam tertentu tidak diperoleh, maka pendapatan tersebut berarti hilang untuk selamanya.

Bisnis *Online* adalah suatu aktivitas bisnis atau usaha yang dilakukan kelompok atau individu untuk mendapatkan laba/keuntungan dengan memproduksi jasa maupun produk yang ditawarkan melalui media internet mulai dari bergabung, negosiasi, hingga kegiatan transaksinya.

*Online Travel Agent* atau (OTA) merupakan biro perjalanan yang pemasarannya melalui website atau dilakukan dengan cara menggunakan media internet, akan tetapi tidak menutup kemungkinan suatu *travel agent* pun memasarkan produknya secara *online*. *Online travel agent* selain memasarkan produknya secara *online*, seluruh kegiatan produksinya dilakukan secara *online* atau *real-time*. *Online travel agent* sangat berperan dan membantu penjualan kamar hotel karena *online travel agent* dapat berperan sebagai marketing atau pencari pasar dan berusaha menciptakan pasar dengan mengumpulkan bermacam-macam karakteristik konsumen serta *online travel agent* juga berperan sebagai partner hotel dalam menganalisa pasar. Hotel yang bekerjasama dengan *online travel agent* (OTA) lebih leluasa untuk mengelola ketersediaan kamar, harga, bahkan promosi secara *real-time*. Tidak menutup kemungkinan juga hotel juga menggunakan *offline travel agent*, karena *online travel agent* dan *offline travel agent* juga sangat berperan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar (*room occupancy*) hotel.

Inna Simpang hotel merupakan salah satu hotel yang berada di Kota Surabaya dalam jaringan Inna Hotel Group, yang berlokasi di Jalan Gubernur Suryo no. 1-3 Surabaya, berdekatan dengan kantor pemerintah, pusat perbelanjaan (*mall*) dan tempat-tempat hiburan. Hotel ini mempunyai fasilitas kamar berjumlah 118 kamar, *Coffe Shop*, *Metting Hall*, Masjid, *Swimming poll*, dan sebagainya. Hotel ini dapat ditempuh hanya 30 menit dari Bandara Internasional Juanda dan 20 menit dari

Pelabuhan Tanjung Perak. Inna Hotel ini selalu ingin memberikan pelayanan yang lebih baik, keramah-tamahan staf agar tamu merasa seperti berada dalam rumahnya sendiri. Untuk kebutuhan transportasi tamu, juga menyediakan 24 jam layanan taksi, *tariff* penerbangan, tiket kereta api, dan *tariff* kapal. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk tamu hotel.

Oleh karena itu dengan ditemukannya berbagai hal yang menyangkut tentang tingkat hunian kamar hotel, maka peneliti tertarik mengangkat permasalahan tersebut untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan Kebijakan harga untuk meningkatkan *Room Occupancy* Melalui Sumber Bisnis *Online Travel Agent* Pada Inna Simpang Hotel Kota Surabaya**”.

## **B. Permasalahnan**

Permasalahan yang terjadi pada Inna Simpang Hotel Kota Surabaya menurut data tingkat hunian kamar pada tahun 2014 ada penurunan tingkat hunian kamar (*room occupancy*) dengan jumlah kamar 118 kamar yang diakumulasikan selama satu tahun jumlah total kamar 38.280 kamar, dengan target yang ditetapkan oleh hotel dapat terjual 43.070 kamar selama satu tahun, tetapi kenyataan yang ada hanya dapat terjual 23.583 kamar selama satu tahun dengan prosentase tingkat hunian hanya tercapai 54,75% karena rata-rata tingkat hunian kamar perharinya hanya terisi 65 kamar .

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana penerapan kebijakan harga untuk meningkatkan *room occupancy* melalui sumber bisnis *online travel agent* pada Inna Simpang Hotel Surabaya ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui tujuan dari penelitian adalah: Untuk mengetahui penerapan kebijakan harga untuk meningkatkan *room occupancy* melalui sumber bisnis *online travel agent* pada Inna Simpang Hotel Surabaya

### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

#### 1. Bagi Peneliti :

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan terjun langsung lapangan dan memberikan pengalaman belajar yang dapat menumbuhkan kemampuan dan ketrampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam terutama pada bidang pemasaran melalui penerapan kebijakan harga untuk meningkatkan *room occupancy* melalui sumber bisnis *online travel agent*.

2. Bagi Perusahaan :

Sebagai masukan atau sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi perusahaan dalam hal meningkatkan *room occupancy* melalui penerapan kebijakan harga melalui sumber bisnis *online travel agent*.

3. Bagi Institusi :

Hasil penelitian ini dapat menambah perbendaharaan pengetahuan dan sumber referensi tambahan ilmu ekonomi khususnya ilmu manajemen pemasaran tentang kebijakan harga untuk meningkatkan *room occupancy* melalui sumber bisnis *online travel agent*.