

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi mengakibatkan persaingan bisnis semakin tinggi dan teknologi informasi serta komunikasi yang semakin canggih. Masyarakat di seluruh dunia akan saling berhubungan untuk mencari informasi satu sama lain khususnya dalam bidang bisnis tanpa ada hambatan. Masyarakat dapat mengakses informasi kapanpun sesuai dengan keinginannya. Persaingan bisnis tidak hanya berlangsung antar bangsa tetapi sudah mengglobal. Hal ini diakibatkan karena sudah semakin maju teknologi dan informasi di dunia.

Di Kawasan Asia Pasifik, proses globalisasi akan mencapai puncaknya pada tahun 2020 dengan pemberlakuan APEC. Pada saat ini, kawasan Asia Tenggara Tengah memasuki persaingan bebas dengan pemberlakuan AFTA (*Asean Free Trade Area*).

Intensitas persaingan bisnis yang meningkat dewasa ini memacu dunia usaha lebih peduli terhadap strategi yang membawanya kepada dua hal yaitu keunggulan dan nilai. Keunggulan dapat berupa keunggulan menginduk (*parenting advantage*) untuk korporasi dan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) untuk bisnis.

Perusahaan-perusahaan jasa keuangan, agen periklanan hotel dan pariwisata, restoran cepat saji, bahkan rumah sakit saat ini telah beroperasi di beberapa dunia.

Strategi perluasan bisnis dengan cara ini mencerminkan keinginan untuk melayani konsumen yang ada maupun upaya untuk melakukan penetrasi ke pasar baru.

Pariwisata merupakan perwujudan komunikasi antar bangsa, pariwisata tidak akan dapat berjalan dengan baik bila tidak didukung komunikasi yang lancar. Kedua hal ini saling terkait dengan erat. Oleh karena itu pariwisata termasuk perhotelan, sangat menekankan pentingnya pemakaian manajemen komunikasi dan pengelolaan sistem informasi secara maksimal agar dapat melaksanakan misi pelayanan dengan sebaik-baiknya.

Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan. Sarana pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Maju mundurnya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu keberadaan sarana pariwisata sangatlah penting dan mutlak untuk menyajikan pelayanan yang berkualitas kepada para wisatawan. Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya.

Pada tahun 1998 kepariwisataan Indonesia relatif menurun disebabkan oleh pergantian kekuasaan dari Orde Baru ke Orde Reformasi yang menimbulkan kerusuhan hampir di seluruh kota besar di Indonesia. Berbagai kejadian yang menimpa kepariwisataan Indonesia seperti tragedi bom Bali pada tahun 2002, bom di

Hotel JW Marriott pada tahun 2003 dan lain-lain tidak mengurangi perhatian pemerintah di sektor pariwisata. Kejadian-kejadian tersebut menjadi sebuah fenomena baru yang performanya diharapkan meningkat terus. Pariwisata-pariwisata tersebut sudah tentu membawa kepedihan, tetapi tidak berdampak besar terhadap perekonomian negara. Hal ini didukung oleh sikap profesional dan proaktif pemerintah Indonesia dalam menangani krisis keamanan yang menimbulkan simpati dan dukungan dari negara-negara dunia.

Saat ini pariwisata Indonesia masih dihadapkan pada persoalan mendasar yakni memulihkan kepercayaan wisatawan untuk datang ke Indonesia. Untuk memulihkan kepercayaan wisatawan pasca-musibah yang disebabkan oleh perubahan iklim global tentunya perlu kerja keras semua pihak baik pemerintah, perilaku bisnis, maupun masyarakat (pers) dengan melakukan berbagai langkah strategis. Munculnya berbagai peristiwa dan musibah selama tahun 2005, 2006, 2007 sampai saat ini merugikan pariwisata, cukup besar pengaruhnya terhadap kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia.

Industri pariwisata cukup banyak di Indonesia, salah satunya industri pariwisata di Propinsi Banten. Berdirinya Propinsi Banten pada tahun 2002 telah banyak menarik perhatian wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara dalam sektor pariwisata.

Data mengenai jumlah wisatawan tahun 2007 di beberapa kabupaten dan kota di Propinsi Banten dapat diperlihatkan dalam bentuk Tabel 1.1

TABEL 1.1
JUMLAH WISATAWAN TAHUN 2007

KAB / KOTA	KUNJUNGAN WISATAWAN		TOTAL
	WISNUS	WISMAN	
KAB. SERANG	6,439,789	1,286	6,441,075
KAB. PANDEGLANG	365,889	1,737	367,626
KAB. LEBAK	17,761	36	17,797
KAB. TANGERANG	11,610,000	13,950	11,623,950
KOTA CILEGON	106,366	5,419	111,785
KOTA TANGERANG	180,377	76,789	257,166
JUMLAH	18,720,182	99,217	18,819,399

Sumber : Pemerintah Kab/Kota se-Provinsi Banten,2008

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat kita lihat wisatawan nusantara di kabupaten Serang sebesar 34,4%, dan wisatawan mancanegara sebesar 1,3%, wisatawan nusantara di kabupaten pandeglang sebesar 1.96% dan wisatawan mancanegara 1,75%, di kabupaten Lebak wisatawan nusantara sebesar 0,09% dan wisatawan mancanegara 0,04%, wisatawan nusantara di kabupaten Tangerang sebesar 62,02% dan wisatawan mancanegara sebesar 14,06%, di kota Cilegon wisatawan nusantara sebesar 0,57% dan wisatawan mancanegara sebesar 5,46%, dan di kota Tangerang sebesar 0,96% wisatawan nusantara dan 77,4% wisatawan mancanegara.

Total terbesar kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yaitu kabupaten Tangerang, karena sebelum Banten menjadi sebuah Propinsi, kabupaten Tangerang telah menjadi suatu daerah yang maju. Hal ini terlihat dari beberapa fasilitas umum yang sangat menunjang bagi masyarakat di kabupaten tanggerang.

Salah satu hal yang menunjang dalam industri pariwisata yaitu perhotelan. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Bidang perhotelan sebenarnya telah berkembang menjadi satu industri besar. Tingginya persaingan pada dunia bisnis hampir terjadi pada seluruh industri dan jasa termasuk di dalamnya industri hotel, para produsen dalam industri ini dituntut untuk melakukan terobosan bisnis yang baru agar dapat mengungguli para pesaingnya dan harus senantiasa selalu melakukan pengembangan terhadap produk-produknya secara optimal, serta mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan selalu terjaga dan pelanggan tidak akan merasa bosan.

Berdasarkan data pertumbuhan *market size* beberapa sektor industri yang di dalamnya termasuk industri perhotelan dari tahun 2005 sampai tahun 2007 (Majalah Danareksa Research Institute-SWA 01/XXIII/4-17 januari 2007), dapat dilihat bahwa pangsa pasar industri perhotelan mengalami perubahan yang fluktuatif dari tahun 2005 sampai tahun 2007. Di tahun 2005 memperoleh pangsa pasar 6,7%, tahun 2006 sebesar 2,7% dan pada tahun 2007 pangsa pasar industri perhotelan mengalami kenaikan yaitu menjadi 7,3%. Berdasarkan hal ini memperlihatkan bahwa industri ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak dalam industri perhotelan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya.

Industri perhotelan di Propinsi Banten terlihat cukup banyak dan maju. Hal tersebut berdasarkan data tingkat okupansi kamar hotel di beberapa Kabupaten dan Kota di Propinsi Banten tahun 2001-2005 (Dinas Kebudayaan & Pariwisata Banten, 2008). Dapat dilihat bahwa tingkat okupansi kamar hotel di Kabupaten Pandeglang dari tahun 2001-2005 sebesar 134,62, dan Kabupaten Lebak sebesar 218,43 dari tahun 2001-2005, dan sebesar 257,41 di Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang sebesar 322,91 dari tahun 2001-2005, dan Kota Tangerang sebesar 298,17, sedangkan Kota Cilegon sebesar 199,36 dari tahun 2001-2005, dapat dilihat bahwa tingkat tertinggi okupansi kamar hotel tahun 2001-2005 yaitu Kabupaten Serang, sedangkan untuk tingkat terendah okupansi kamar hotel tahun 2001-2005 yaitu Kabupaten Pandeglang. Apabila dilihat dari tahun ke tahunnya tingkat okupansi kamar hotel tertinggi yaitu pada tahun 2005 sebesar 59,76, dan terendah yaitu pada tahun 2001 sebesar 34,30. Dapat diketahui bahwa data tingkat okupansi kamar hotel dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dari tahun 2001 sebesar 34,30, tahun 2002 sebesar 38,39, tahun 2003 sebesar 53,73, tahun 2004 sebesar 58,64, dan pada tahun 2005 sebesar 59,76.

Propinsi Banten sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia terus berupaya meningkatkan industri pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara memberikan peningkatan terhadap permintaan akan kamar hotel sebagai tempat untuk menginap atau beristirahat. Untuk mengetahui jumlah akomodasi wisata di Propinsi Banten tahun 2001-2005 berikut dapat diperlihatkan dalam bentuk Tabel 1.2.

TABEL 1.2
JUMLAH AKOMODASI WISATA DI PROPINSI BANTEN
TAHUN 2001-2005

TAHUN	JENIS AKOMODASI			
	HOTEL BERBINTANG	HOTEL NON BERBINTANG	RESTORAN	RUMAH MAKAN
2001	35	115	216	404
2002	35	115	152	337
2003	27	122	146	358
2004	27	114	138	332
2005	27	108	119	296

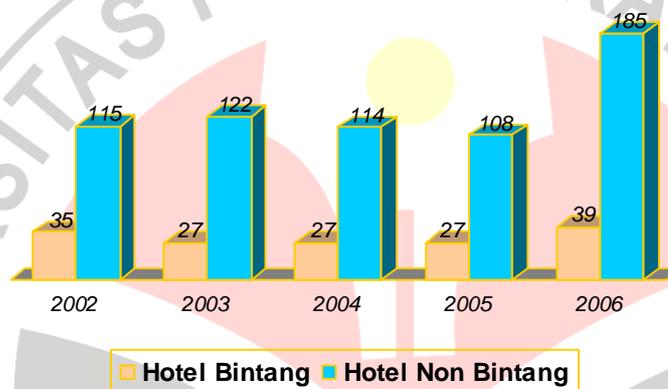
Sumber : Dinas kebudayaan & pariwisata Banten, 2008

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat kita lihat hotel berbintang pada tahun 2002 mengalami penurunan sebesar 22,85%, 2003 – 2005 mengalami kestabilan. Hotel non bintang pada tahun 2002 sebesar 0%, 2003 mengalami penurunan sebesar 6,09% , 2004 juga mengalami penurunan sebesar 6,96% dan di 2005 mengalami penurunan sebesar 5,21%. Untuk restaurant, di tahun 2002 mengalami penurunan sebesar 0,3%, 2003 mengalami penurunan sebesar 0,04%, 2004 mengalami penurunan sebesar 0,05% dan 2005 mengalami penurunan sebesar 0,14%. Dilihat dari Rumah Makan mengalami penurunan dari tahun 2002 sampai dengan 2005 secara berturut-turut sebesar, 0,16%, 0,06%, 0,07%, dan 0,11%.

Penurunan ini disebabkan karena adanya isyu tentang Tsunami terhadap daerah pariwisata pesisir pantai. Hal ini membuka peluang bagi pariwisata daerah selain pesisir pantai, misalnya puncak dan sekitarnya.

Pengembangan kepariwisataan di Propinsi Banten saat ini semakin penting, tidak saja dalam rangka meningkatkan penerimaan devisa negara, akan tetapi juga dalam rangka memperluas kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan daerah.

Peningkatan jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara memberikan peningkatan pula terhadap permintaan akan kamar hotel sebagai tempat untuk menginap atau beristirahat. Untuk mengetahui industri persaingan hotel yang terdapat di wilayah atau Kabupaten/Kota Propinsi Banten dari tahun 2002-2006 terdapat jumlah hotel berbintang dan non bintang yang dapat kita lihat pada Gambar 1.1



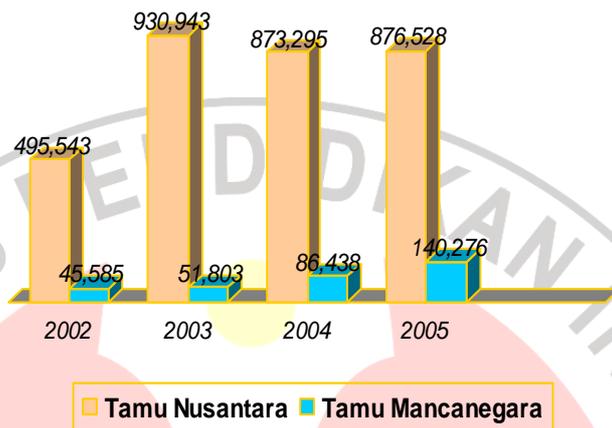
Sumber : Dinas kebudayaan & Pariwisata Banten, 2008

GAMBAR 1.1
JUMLAH HOTEL BINTANG & NON BINTANG (BUAH)
TAHUN 2002 – 2006

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa hotel non bintang dari tahun 2002-2006 mengalami kenaikan yang cukup pesat dibandingkan dengan hotel bintang memiliki jumlah yang cukup jauh, tetapi dilihat dari tahun 2002-2005 hotel bintangpun selalu mengalami penurunan, tetapi di tahun 2006 mengalami kenaikan.

Meningkatnya pariwisata di Propinsi Banten yang dikunjungi oleh beberapa tamu nusantara dan tamu mancanegara pada hotel (orang) dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kenaikan. Berikut ini akan diperlihatkan dalam bentuk

Gambar 1.2 data mengenai jumlah tamu nusantara dan tamu mancanegara pada hotel (orang) dari tahun 2002-2005.



Sumber : Dinas kebudayaan & Pariwisata Banten, 2008

GAMBAR 1.2
JUMLAH TAMU NUSANTARA DAN
TAMU MANCANEGERA PADA HOTEL (ORANG)
TAHUN 2002-2005

Gambar 1.2 di atas dapat kita lihat bahwa tamu nusantara pada tahun 2002 sebesar 495,543 dan mengalami kenaikan pada tahun 2003 sebesar 930,943 dan mengalami penurunan yang cukup drastis pada tahun 2004 sebesar 873,295 dan mengalami sedikit penurunan dari tahun 2004-2005. Dilihat dari tamu mancanegara dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang cukup besar apalagi dilihat pada tahun 2005 sebesar 140,276.

Daerah tujuan wisata utama di Banten adalah Anyer. Anyer menjadi tempat tujuan wisata utama terkenal dengan pantainya yang berpasir putih dan adanya sejumlah tempat rekreasi seperti wisata air, *surfing*, *diving*, *fishing*, dan lain-lain. Selain itu juga terdapat beberapa hotel di Anyer untuk para pengunjungnya yang

ingin menginap di daerah wisata Anyer tersebut, diantaranya yaitu Hotel Marbella, Jayakarta, Shangiang, Mambruk, dan Nuansa Bali. Setiap hotel mempunyai strateginya masing-masing untuk menarik para konsumennya.

Banyaknya pengunjung wisatawan yang berkunjung ke wilayah Anyer Banten untuk berwisata maka semakin banyaknya hotel-hotel yang terdapat di wilayah Anyer dan semakin banyak pula pesaing-pesaing hotel di wilayah tersebut. Begitupun dengan jumlah penggunaan kamar yang terjadi di tahun 2007 dan 2008 dari beberapa hotel di anyer, beberapa pesaingnya seperti yang terdapat dalam Tabel 1.3 *Hotel Competitors* di bawah ini.

TABEL 1.3
JUMLAH PEMAKAIAN KAMAR
COMPETITORS TAHUN 2007 & 2008

NAMA HOTEL	JUMLAH PEMAKAIAN KAMAR TAHUN 2007	JUMLAH PEMAKAIAN KAMAR TAHUN 2008
Nuansa Bali	5363	4986
Shangiang	3062	3115
Mambruk	10626	15019
Marbella	26076	26809
Jayakarta	4365	4125

Sumber: customer service Hotel Nuansa Bali, 2008

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa pada tahun 2007 pesaing yang unggul yaitu Marbella sebesar 26076 ,sedangkan Nuansa Bali berada di posisi tengah sebesar 5363 di tahun 2007 dan di tahun 2008 sebesar 4986, jumlah yang dilihat dari jumlah

pemakaian kamar , Hotel Nuansa Bali di bawah Hotel Marbella dan Hotel Mambruk, sedangkan tahun 2008 masih unggul Marbella yang memiliki jumlah yang terbesar yaitu sebesar 28079, dan Jayakarta sebesar 4156, dan Nuansa Bali sebesar 4986 sedangkan Shangiang adalah sebesar 3115.

Hal ini merupakan salah satu dampak dari menurunnya kepercayaan wisatawan terhadap pariwisata yang disebabkan oleh perubahan iklim global yang akhir-akhir ini selalu disertai dengan bencana alam. Ternyata adanya perubahan iklim global menuntut perusahaan-perusahaan perhotelan agar semakin berusaha meningkatkan daya tariknya untuk menarik sejumlah pelanggan dalam jumlah yang banyak atau pun untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Salah satu hotel yang mengalami penurunan adalah Hotel Nuansa Bali, yang dapat dilihat pada Tabel 1.3 di atas. Masalah yang terdapat di Hotel Nuansa Bali yaitu agar bisa mengalahkan pesaing-pesaing hotel yang terdapat di wilayah Anyer agar dapat setara atau seimbang dengan pesaing yang ada. Pada intinya pihak perhotelan harus mampu menentukan strategi yang efektif, terutama dalam mengkomunikasikan manfaat dan daya guna jasa perhotelan melalui kiat membujuk (*persuasive*) dan slogan atau kata-kata yang menarik (*magic world*), sesuai dengan orientasi kebutuhan pelanggan.

Segmentasi dari Hotel Nuansa Bali yaitu keluarga, anak-anak sekolah, Mahasiswa, dan organisasi-organisasi atau perusahaan-perusahaan, karena karakteristik konsumen tersebut cenderung hidup dalam suatu kelompok yang sudah pasti cenderung melakukan suatu kegiatan dengan cara berkelompok pula. Seperti contohnya suatu perusahaan ataupun mahasiswa mengadakan suatu seminar dan atau

kunjungan wisata sehingga banyak memerlukan banyak kamar, *bungalow, cottage*, ataupun *meeting room*. Adapun jumlah pengunjung Hotel Nuansa Bali periode tahun 2006 sampai tahun 2008 adalah sebagai berikut.

TABEL 1.4
JUMLAH PENGUNJUNG HOTEL NUANSA BALI PERIODE
TAHUN 2006-2008

Tahun		
2006	2007	2008
9827	12635	12339

Sumber: customer service Hotel Nuansa Bali, 2008

Berdasarkan dari Tabel 1.4 dapat kita lihat bahwa pengunjung Hotel Nuansa Bali periode 2006-2008 mengalami kenaikan dan penurunan sebesar 9827 pada tahun 2006, pada tahun 2007 sebesar 12635, dan terus mengalami penurunan pada tahun 2008 sebesar 12339. Di duga fenomena penurunan pengunjung Hotel Nuansa Bali disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Nuansa Bali kurang memuaskan pengunjung serta fasilitas yang terdapat di Hotel Nuansa Bali kurang lengkap, diantaranya fasilitas yang tersedia adalah seperti *meeting room, swimming pool, convention centre, water sport, Al Fresco restaurant, discotique, coffe shop, green house cafe*, dan *fitness centre*. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pengunjung pihak hotel berupaya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan lebih melengkapi fasilitas, serta menanggapi dan memperbaiki keluhan atau saran-saran yang didapat dari para pengunjung. Selain memperbaiki keluhan atau saran-saran yang didapat dari pengunjung Hotel Nuansa Bali juga melakukan pendekatan melalui

event-event yang dilakukan di Hotel Nuansa Bali salah satunya adalah melakukan *event family gathering*.

Sejalan dengan melemahnya periklanan massal dikarenakan biayanya yang terlalu besar dan sudah terlalu umum digunakan oleh berbagai perusahaan untuk berpromosi, maka semakin banyak perusahaan terutama perusahaan perhotelan yang berpaling untuk membuat *event* yang menarik, alasannya mereka menganggap bahwa *event* efektif terutama dalam membangun kesadaran dan pengetahuan merek. Selain itu pun mampu mempengaruhi kesadaran publik dengan biaya yang lebih kecil daripada iklan, dan seringkali lebih dipercaya.

Sejauh ini *event* dapat membantu perusahaan untuk menarik pelanggan, adapun tujuan *event*, yaitu untuk mengidentifikasi sebuah pasar sasaran khusus atau gaya hidup, untuk meningkatkan kesadaran nama perusahaan atau produk, untuk menciptakan atau mengukuhkan persepsi konsumen tentang asosiasi citra merek, Untuk meningkatkan dimensi citra perusahaan, untuk menciptakan pengalaman dan membangkitkan perasaan, untuk mengungkapkan komitmen pada komunitas atau pada isu sosial, untuk menghibur klien utama atau mengimbali karyawan kunci, untuk memungkinkan peluang perdagangan atau promosi. *Event* perlu diterapkan secara sungguh-sungguh oleh pihak perhotelan agar mampu memperkuat keunggulan kompetitif dan diharapkan mampu meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan situasi yang terjadi saat ini dengan melihat status para pesaingnya yang merupakan hotel-hotel berbintang yang tentunya telah mampu melekatkan *image*-nya di mata konsumen seperti Marbella Hotel, dan Jayakarta

Hotel, maka Hotel Nuansa Bali mencoba menetapkan *event* sebagai strategi pemasarannya selain dari periklanan.

Salah satu kegiatan *event* yang dilakukan Hotel Nuansa Bali adalah untuk mempertahankan kenaikan pengunjungnya dan agar dapat setara atau seimbang dengan pesaing yang ada yaitu dengan melakukan *event*, diantaranya menjadi *event* tempat pemilihan Putri Indonesia Regional Banten tahun 2005, menyelenggarakan acara-acara *live* musik mingguan, dan acara perayaan malam pergantian tahun dan *event* yang paling sering dilakukan di Hotel Nuansa Bali yaitu *event family gathering*. *Family gathering* adalah salah satu cara atau strategi yang dilakukan oleh praktisi *public relation* dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawannya yang melibatkan tidak hanya karyawannya saja tetapi juga mengikut sertakan keluarga mereka, atau acara yang bersumber dari kebijakan suatu perusahaan yang dilakukan secara rutinitas yang dilakukan oleh perusahaan, dimana yang setiap bulannya selalu dilakukan oleh pihak Hotel Nuansa Bali untuk perusahaan-perusahaan yang sudah loyal kepada Hotel Nuansa Bali. Adapun data perusahaan yang melakukan *event family gathering* di Hotel Nuansa Bali dapat dilihat pada Tabel 1.5 di bawah ini.

TABEL 1.5
JENIS KEGIATAN *EVENT FAMILY GATHERING*
TAHUN 2006, 2007 DAN TAHUN 2008
HOTEL NUANSA BALI ANYER

NAMA PERUSAHAAN	JENIS KEGIATAN	WAKTU/INTENSITAS KUNJUNGAN		
		2006	2007	2008
Pari Banten	Visitor Meeting	1	-	1
PMI Bangkinang	Outing	1	1	-

NAMA PERUSAHAAN	JENIS KEGIATAN	WAKTU/INTENSITAS KUNJUNGAN		
		2006	2007	2008
CPN	Outing	1	1	-
Badan Pertahanan Negara Pusat	Outing	1	2	-
Bintang Travel	Outing	1	-	1
Gereja HKBP Menteng	Paket one day trip	1	1	-
Departemen Kesehatan	Outing	1	1	-
PT. Bussan Auto Finance	Outing	1	-	1
Biro Kepegawaian Serang-Propinsi Banten	NB ESQ	1	1	-
Perusahaan Krakatau Steel	Outing Outing	1	-	1
Dinas PU Bagian Pengairan	Outing	1	1	-
Sekretariat DPRD Bag. Persidangan	Visitor Meeting dan Outing	1	-	1
Pertamina Merak	Outing	1	-	1
PT. Makmur Jaya	Outing	1	1	-
BNI Cabang Serang	Outing	-	1	1
Dinas Kepariwisataaan serang	Outing	1	1	1
Nicomas	Outing	-	1	1
PT. Mangku Putra Cilegon	Outing	1	1	-
Sari Kuring Cilegon	Outing	1	1	-
PT. Imam Putradi	Outing	1	1	-

Sumber: Hotel Nuansa Bali, 2008

Data tersebut dapat dilihat bagaimana program *event family gathering* yang dilaksanakan oleh Hotel Nuansa Bali terbilang cukup sering dilaksanakan. Sementara mempertahankan pelanggan pada kondisi seperti ini adalah merupakan tuntutan yang harus segera dilaksanakan, karena pada dasarnya dengan terpeliharanya loyalitas pelanggan maka pihak pelanggan akan senantiasa menghasilkan keuntungan. Pelanggan yang loyal ini diantaranya cenderung akan memanfaatkan ulang jasa perhotelan dan juga melakukan kegiatan penolakan terhadap produk perhotelan yang menjadi pesaing Hotel Nuansa Bali.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Pertumbuhan pariwisata dan perubahan iklim global yang terkadang menimbulkan bencana menyebabkan semakin ketatnya persaingan diantara para pelaku bisnis yang bergerak di bidang pariwisata, terutama yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi berupa hotel. Ketatnya persaingan ini terutama akan dirasakan oleh pendatang baru yang mencoba ikut bermain dalam bisnis perhotelan. Hal ini pengelola hotel dituntut untuk bisa menghadapi persaingan dengan merumuskan suatu kebijakan yang tepat untuk mencapai target yang ditetapkan.

Hotel merupakan sebagai hotel yang terletak dikawasan wisata, dimana sebagian pengunjung yang menginap tidak melakukan kegiatan usaha. Umumnya terletak cukup jauh dari pusat kota sekaligus difungsikan sebagai tempat peristirahatan. Hotel akan selalu memberikan *event-event* yang baik dan menarik

untuk pelanggan agar pelanggan atau tamu merasa puas dan pada akhirnya akan loyal terhadap hotel tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi tema sentral masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Seiring berkembangnya industri pariwisata menyebabkan banyaknya hotel bersaing untuk mendapatkan pelanggan agar loyal. Sehingga diduga perlu mengamati perilaku pelanggan untuk menjadi loyal di Hotel Nuansa Bali Anyer melalui program *event family gathering* untuk menarik loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali dalam jangka waktu panjang dan berkelanjutan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis dapat menjabarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran program *event family gathering* yang dilakukan Hotel Nuansa Bali
2. Bagaimana gambaran loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali.
3. Seberapa besar pengaruh program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali.

1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai program *event family gathering* yang dilakukan pada Hotel Nuansa Bali.

2. Untuk memperoleh gambaran mengenai loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali yang terdiri dari *repeat purchase* (melakukan pembelian ulang), *refuse* (tidak mudah terpengaruh atau tertarik dengan penawaran produk/jasa lain), *recommendation* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan dengan merekomendasikan kepada orang lain), *reward* (membeli di luar lini produk atau jasa)
3. Untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

- a. Diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai program *event family gathering* serta pelanggan Hotel Nuansa Bali, yang dilaksanakan melalui penerapan ilmu dan teori-teori akan melakukan perbandingan dengan kenyataan yang terjadi dalam industri perhotelan.
- b. Dapat dijadikan kajian lebih lanjut untuk pengembangan ilmu manajemen khususnya ilmu manajemen pemasaran.

2. Secara Empirik

Diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan di masa yang akan datang oleh perusahaan dalam menentukan *event* melalui program *event family gathering* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan