



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bogor merupakan salah satu kawasan tujuan wisata yang semakin menjadi trend di Indonesia, letaknya yang berada di dataran tinggi menawarkan liburan dengan suasana sejuk dan pemandangan perbukitan hijau yang menyegarkan mata. Salah satunya yang dikenal dengan tagline “*We Are Not The First, But We Are The Only One*” yaitu *Glamping Experience The Highland Park Resort-Hotel Bogor* dianggap menjadi satu-satunya yang terlengkap di kawasan Bogor dengan berbagai fasilitas dan wahana bermain yang ditawarkan. Bertempat di kaki Gunung Salak, dengan konsep *resort* yang memiliki desain modern dan unik bernuansa gabungan kultur Barat dan Timur yaitu *Glamorous-Camping*, wisatawan dapat merasakan pengalaman tinggal dalam tenda bangsa Mongolian dan Indian (Apache).

Sayangnya, *resort* ini tidak memanfaatkan kelebihanannya sebagai satu-satunya resort terlengkap dengan baik. Peneliti telah melakukan penelitian awal pada tanggal 9 September 2018 untuk melihat bagaimana tanggapan wisatawan yang telah hadir dan menikmati liburannya di The Highland Park Resort-Hotel Bogor, menurut hasil wawancara kepada tiga orang pegawai, 10 orang yang pernah datang dan berlibur, kuesioner yang telah disebaran ke 25 orang pengunjung di beberapa penginapan lain di daerah Bogor dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, hasilnya dari pengunjung yang pernah menginap disini

rata-rata mengeluhkan tentang fasilitasnya, interior ruangan dan kamar yang biasa saja, fasilitas liburan yang hampir 70% nya adalah berbayar, jarak antar tempat wisata yang lumayan jauh, air kolam renang yang dingin, hal itu sangat diluar dugaan dengan harga yang ditawarkan relatif mahal rasanya tidak sebanding dengan jumlah uang yang telah mereka keluarkan untuk menginap dan berlibur di The Highland Park Resort-Hotel, Bogor.

Berdasarkan hasil kuesioner dari 20 responden yang dilakukan pada tanggal 7 sampai tanggal 16 September 2018, wisatawan yang datang dan berlibur di The Highland Park Resort-Hotel Bogor tidak mendapatkan fasilitas yang diharapkan dapat memuaskan dan membuat mereka bahagia. Hal itulah yang membuat mereka menyimpulkan bahwa ini adalah kedatangan pertama dan terakhir untuk berlibur di The Highland Park Resort-Hotel Bogor, akibatnya wisatawan tidak memiliki kesan baik untuk dibagikan kepada keluarga maupun kerabatnya dan kemungkinan wisatawan tidak akan menyebarluaskan ataupun mengajak keluarga juga kerabatnya untuk berlibur di The Highland Park Resort-Hotel Bogor, karena salah satu promosi yang diandalkan selain promosi melalui web hanyalah promosi dari mulut ke mulut yaitu berdasarkan pengalaman para wisatawan.

Di latarbelakangi oleh masalah yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya, penulis terdorong untuk melakukan perancangan promosi untuk meningkatkan target wisatawan. Dengan dilakukannya perancangan promosi oleh penulis diharapkan hal tersebut dapat mengubah pola pikir negatif calon pengunjung dan dapat menarik minat wisatawan untuk datang dan berlibur tanpa

harus merasa kecewa, dan menjadikan The Highland Park Resort-Hotel Bogor sebagai destinasi utama untuk berlibur.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dibahas pada sub bab sebelumnya, dapat dirumuskan masalah dalam pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana perancangan promosi untuk meningkatkan jumlah wisatawan The Highland Park Resort-Hotel di Bogor?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Venny selaku HRD The Highland Park Resort-Hotel Bogor pada tanggal 24 Agustus 2019 serta berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh penulis bahwa mayoritas pengunjung yang berlibur di The Highland Park Resort-Hotel Bogor adalah dari acara kantor. Pemilihan lokasi yang ditetapkan oleh karyawan pilihan kantor dengan cara melakukan survei. Berikut adalah segmentasi pengunjung yang dibatasi dari The Highland Park Resort-Hotel Bogor:

1. Segmentasi demografis : Laki-laki dan perempuan yang berusia 25 sampai 35 tahun, bertempat tinggal di perkotaan dengan kelas sosial menengah (ses B) hingga menengah atas (ses A).
2. Segmentasi psikografis : Masyarakat perkotaan yang memiliki gaya hidup modern dan kekinian, gemar berlibur, dan sadar akan objek wisata yang ada disekitarnya.

3. Segmentasi geografis : Wilayah JABODETABEK

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tujuan penulis merancang promosi ini adalah untuk meningkatkan target wisatawan yang berkunjung ke The Highland Park Resort - Hotel di Bogor.

1.5. Metodologi Penelitian

Dalam buku “Designing and conducting mixed methods research”, Creswell, J. W (2009, hlm. 5) menyatakan bahwa sebagai sebuah metode penelitian, mixed methods berfokus pada pengumpulan, penganalisisan, dan pencampuran data kuantitatif dan kualitatif dalam suatu penelitian tunggal atau lanjutan, dalam mengkombinasikan atau mengasosiasikan keduanya dapat memberikan pemahaman masalah penelitian yang lebih baik dibandingkan dengan penggunaan salah satunya. Jadi metode yang akan digunakan penulis dalam penelitian tugas akhir ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif.

Instrumen data yang akan digunakan oleh penulis dalam melakukan proses penelitian adalah:

1. Observasi

Menurut Zainal Arifin (2011) observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif, rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan

untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis observasi partisipatif yang dilakukan untuk:

a. Observasi *resort*

Merupakan proses pengamatan mengenai bagaimana pelayanan karyawan terhadap pengunjung, dalam hal ini penulis bertugas sebagai observer yang mengamati fakta kesesuaian proses pelayanan dengan ketentuan visi-misi resort yang telah ditetapkan. Observasi *resort* ini akan dilakukan oleh penulis pada saat hari libur panjang, dimana dipastikan akan ada pengunjung yang datang dan berlibur di The Highland Park Resort-Hotel Bogor.

b. Observasi Pengunjung

Merupakan proses pengamatan tentang bagaimana respon dan ekspresi pengunjung saat berada di The Highland Park Resort-Hotel Bogor, dari pertama datang hingga saat berkeliling di area *resort*.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini observasi dilengkapi dengan dokumentasi yang berupa foto, dimulai dari awal perjalanan peneliti menuju lokasi, simbol utama The Highland Park Resort-Hotel Bogor dan sekelilingnya, pada saat wawancara, juga pada saat penyeberan kuesioner offline.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013, hlm. 231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian kali ini adalah wawancara terstruktur.

a. Wawancara kepada marketing resort

Wawancara yang dilakukan penulis kepada bagian marketing *resort* bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem promosi pemasaran yang diterapkan, upaya yang telah dilakukan dalam menghadapi persaingan dengan hotel lain disekitarnya, kerjasama dengan perusahaan atau agen pariwisata, keunggulan The Highland Park Resort-Hotel Bogor, dan pernahkah melakukan promosi atau *event* yang mengundang perhatian publik.

b. Wawancara kepada resepsionis *resort*

Wawancara yang dilakukan penulis kepada bagian resepsionis bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara membina hubungan dengan pelanggan ataupun relasi dengan membangun citra perusahaan, gambaran tentang kamar di The Highland Park Resort-Hotel Bogor dan apa saja jenis kamar yang dimiliki, pelatihan yang terstruktur dan terjadwal untuk karyawan, cara *resort* ini mempertahankan pelanggan dan memaksimalkan pelayanan, serta gambaran umum tentang letak posisi *resort*.

c. Wawancara kepada pengunjung *resort*

Wawancara yang dilakukan penulis kepada pengunjung *resort* bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka mengenai The Higland Park Resort-Hotel Bogor, kepuasan pelayanan, fasilitas yang mereka dapatkan, dan sesering apakah pelanggan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh The Higland Park Resort-Hotel Bogor.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013, hlm. 137) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya. Jenis kuesioner yang digunakan penulis adalah kuesioner tertutup atau biasa disebut angket yang membantu responden menjawab dengan cepat karena jawabannya sudah terdapat di dalam kuesioner tersebut. Penulis akan membagi kuesioner kedalam dua macam, kuesioner untuk pengunjung dan warga jabodetabek sebagai calon pengunjung.

$$n = N / 1 + N e^2$$

n : Jumlah sampel

e : Tingkat eror

N : Jumlah populasi

4. Studi pustaka

Menurut Sugiyono (2012) studi pustaka adalah kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi kepustakaan sebelum maupun selama proses penelitian berlangsung, yang memuat uraian sistematis tentang kajian literatur untuk menemukan suatu konflik atau masalah yang harus diteliti dan diselesaikan, menguraikan tentang korelasi, kontradiksi, ambiguitas dan gaps. Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.