



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

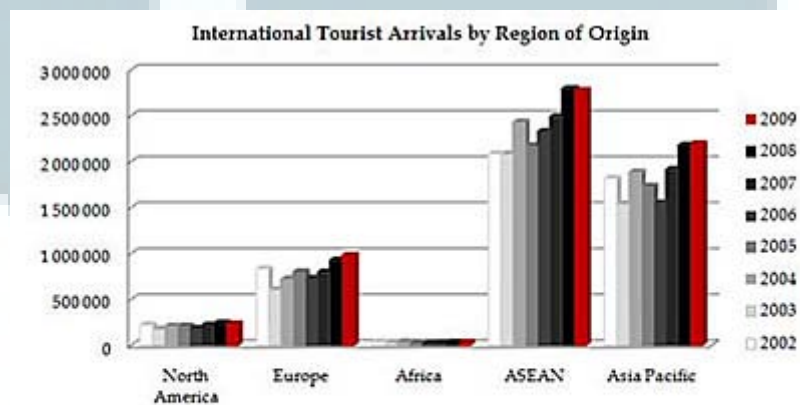
# BAB I

## LATAR BELAKANG MASALAH

### 1.1. Latar Belakang penelitian

Perkembangan bisnis hotel di Indonesia terus meningkat, hal ini tentunya dipengaruhi serta didukung dengan perkembangan sektor pariwisata di Indonesia yang berkembang dengan pesat, hal tersebut yang mendorong kebutuhan jasa akan hotel meningkat.

**Tabel 1.1 : Perkembangan Pariwisata di Dunia**



Source: Statistics Indonesia (BPS)

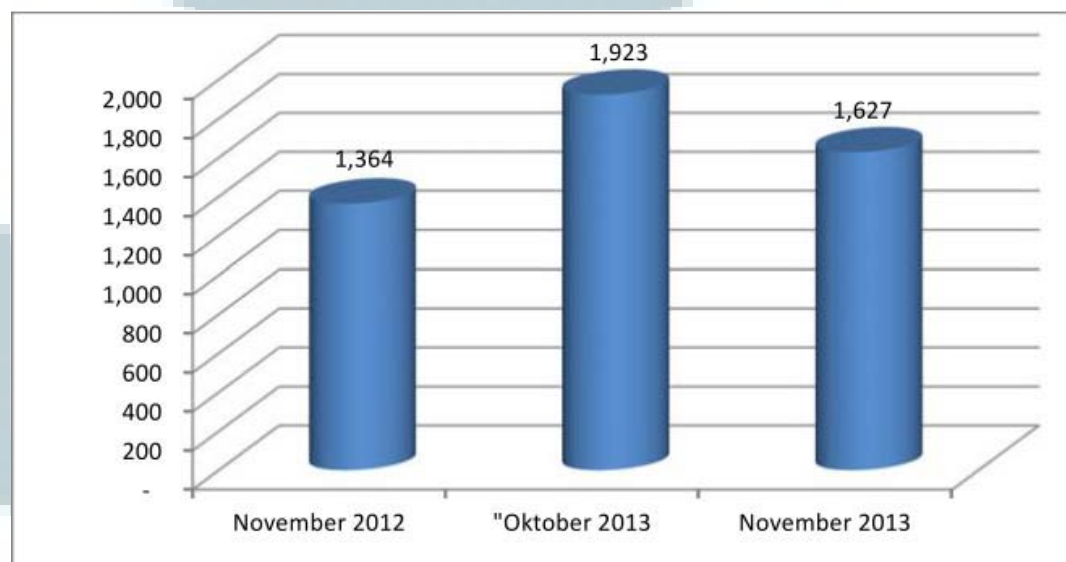
Sumber: [www.gbqindonesia.com/en/services/article/2011/tourism\\_untapping\\_the\\_potential](http://www.gbqindonesia.com/en/services/article/2011/tourism_untapping_the_potential)

Selain data di atas, yang telah menyajikan peningkatan industri pariwisata di Asia. Menurut Economic Forum Pariwisata Report Tahun 2009, Indonesia sendiri menduduki peringkat ke – 81 dari 133 negara. Selain itu, berdasarkan data

dari Kementerian Budaya dan Pariwisata, pada tahun 2011 terdapat 15,283 hotel baik berbintang maupun non-bintang. Indonesia merupakan salah satu negara yang selain dijadikan tempat tujuan wisata, juga menjadi tempat tujuan bisnis yang potensial. Banyak sekali para wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia untuk melakukan perjalanan bisnis. Keberadaan Indonesia sebagai salah satu negara yang mengalami pertumbuhan sektor pariwisata yang pesat, tentunya didorong oleh adanya pulau-pulau yang memiliki tempat wisata yang menarik, secara menyeluruh tersebar di Indonesia. Salah satu kepulauan di Indonesia yang kaya akan tempat wisatanya dan telah terkenal di mancanegara yaitu kepulauan Sulawesi Utara khususnya Kota Manado.

Berikut penyajian data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara terkait dengan angka wisatawan mancanegara yang datang ke Manado

**Tabel 1.2: Gambar Perbandingan Jumlah Wisatawan Mancanegara di Sulawesi Utara**



Menurut data yang diambil dari Berita Resmi Statistik Provinsi Utara No. 03/01/1/Th. VII, 2 Januari 2014 wisatawan yang datang melancong ke Sulawesi Utara pada bulan November 2013 melalui pintu masuk (*point of entry*) Bandara Sam Ratulangi berjumlah 1.627 orang. Jumlah ini meningkat 263 orang dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2012 atau terjadi peningkatan sebesar 19,28 persen.

Wisatawan Mancanegara yang datang didominasi oleh warga Jerman sebanyak 209 orang atau 12,85 persen, diikuti oleh Singapura yang berjumlah 114 orang atau sebesar 7,0 persen dan warga Amerika sebanyak 111 orang atau sebesar 6,82 persen.

Kota Manado saat ini mempublikasikan kota sebagai kota "*eco-tourism*" atau ekowisata. Konsep *eco-tourism* sebenarnya dapat dikaitkan dengan konsep pengembangan pariwisata Sulawesi Utara yang berdasarkan pada (*meeting, incentives, conference, and exhibitions*). Konsep MICE ini lebih berfokus pada jasa perhotelan untuk mendukung kunjungan wisatawan di Sulawesi Utara. Apalagi sejak Manado terpilih menjadi tuan rumah *World Ocean Conference*, kota ini berlomba dengan waktu untuk membangun lebih banyak hotel berbintang.

Selain faktor tren berwisata yang semakin tinggi, tren masyarakat berwisata ke Manado merupakan peluang untuk tumbuhnya industri perhotelan. Selain dari peningkatan sektor pariwisata di Sulawesi Utara yang turut mempengaruhi peningkatan kebutuhan industri perhotelan, salah satu faktor lainnya adalah, adanya *event* nasional maupun internasional yang digelar cukup

berpengaruh untuk tingkat hunian hotel di Manado. Kota Manado yang merupakan daerah MICE (*meetings, incentives, conferences, and exhibitions*) tidak sepi dari berbagai *event* nasional maupun internasional. Penyelenggaraan *event* internasional maupun nasional tersebut membuat hunian hotel berbintang di Kota Manado ini naik secara signifikan.

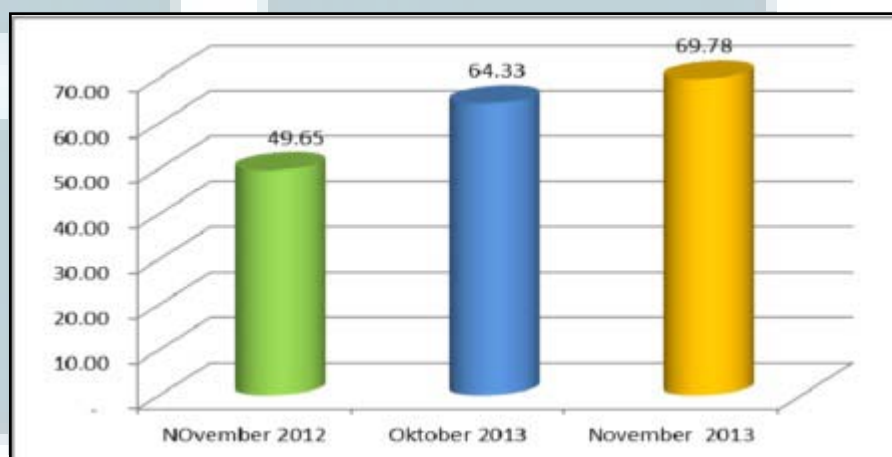
Pesatnya pertumbuhan perekonomian di kota Manado ditambah semakin baiknya industri pariwisata di kota ini, membuat sejumlah pengusaha hotel nasional membuka jaringan hotelnya di Manado. Sebut saja Hotel Sahid (*Sahid Group*), Hotel Sintesa Peninsula (*Sintesa Group*), Swiss bell hotel (*Swiss bell Internasional*), Aston hotel, Hotel Aryaduta (*Lippo Group*), Hotel Novotel (*accor group*), dan beberapa hotel berbintang lima lainnya. Dengan jumlah penduduk diatas 500 ribu jiwa kota Manado menjadi daya tarik tersendiri bagi pengusaha hotel tersebut.

Hotel adalah salah satu mata rantai penting dalam pengembangan pariwisata di suatu wilayah. Ketersediaan hotel akan meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung di suatu wilayah wisata. Pada tahun 2010, ada 14 hotel baik berbintang lima maupun berbintang satu yang ada di Kota Manado

Sesuai dengan data yang disajikan dari Badan Pusat Statistik Kota Manado terkait dengan perkembangan kunjungan pariwisata pada tahun 2013 di kota Manado, dan yang diperkirakan akan terus meningkat pada tahun-tahun selanjutnya. Hal ini juga berdampak pada tingkat hunian hotel-hotel di Manado yang bertumbuh secara signifikan.

Hal ini didukung dari data yang disajikan dari BPS (Badan Pusat Statistik) SULUT bahwa terkait dengan tingkat hunian hotel. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang pada bulan November 2013 sebesar 69,78 persen. Angka TPK ini meningkat sekitar 20,13 poin dibandingkan dengan TPK bulan November tahun sebelumnya sebesar 49,65 persen.

**Tabel 1.3 : Perbandingan TPK Hotel Berbintang**



Sumber : <http://sulut.bps.go.id>

Rata-rata lama menginap (RLMT) Asing pada hotel berbintang bulan November 2013 mencapai 4,37 hari meningkat 0,49 poin dibandingkan dengan Oktober 2013 yang sebesar 3,88 hari. Untuk RLMT Indonesia pada bulan November 2013 mencapai 1,95 hari 0,10 dibanding bulan Oktober 2013 sebesar 1,85 hari. Secara keseluruhan RLMT pada bulan November 2013 sebesar 2,03 hari meningkat 0,007 poin jika dibandingkan dengan bulan oktober 2013 yang mencapai 1,96 hari.

**Tabel 1.4 : Rata-rata Lama Menginap Menurut Klasifikasi Hotel  
Berbintang Bulan November 2013**

URAIAN	KELAS BINTANG					TOTAL
	1	2	3	4	5	
TPK	71,22	86,00	63,93	65,70	73,90	69,78
RLMT Asing	-	-	5,05	4,48	4,03	4,37
RLMT Indonesia	1,48	3,64	2,11	1,79	2,22	1,95
RLMT Total	1,48	3,64	2,22	1,85	2,4	2,03

Sumber : <http://sulut.bps.go.id>

Menurut data-data yang telah disajikan sebelumnya cukup jelas bahwa di Manado terjadi perkembangan bisnis perhotelan sehingga meningkatkan daya saing yang semakin kompetitif. Persaingan harus diimbangi dengan pengembangan inovasi melalui strategi yang digunakan. Strategi tersebut menjadi tolak ukur kesuksesan sebuah hotel dalam mempertahankan eksistensinya tentunya di industri perhotelan yang kian menjamur

Tidak heran perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa perhotelan merupakan salah satu sektor yang memiliki prospek yang sangat menguntungkan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini dilihat dari perkembangan dari jasa profesional dan bisnis didalamnya adalah jasa industri perhotelan mengalami peningkatan yang pesat. Menurut Lovelock dan Wirtz (2012:29), sektor jasa meningkat di semua negara di dunia. Didukung dengan data survei dari *Global Economic Prospects*, menyajikan pertumbuhan perdagangan

jasa dunia bernilai lebih dari 12,4 triliun dolar pada tahun 2005, yang menduduki sekitar 28 persen produk domestik di seluruh dunia.

Menyadari hal itu, di era kompetisi saat ini, para pelaku bisnis industri perhotelan harus menghadapi tantangan global, serta tantangan dengan para pelaku bisnis domestik. Perusahaan harus mengedepankan pembentukan citra dan pemeliharaan reputasi di tengah persaingan yang begitu ketat. Sehingga perusahaan harus bersaing untuk mendapatkan *positioning* dengan melakukan berbagai pencitraan dan pemeliharaan reputasi yang baik. Perusahaan yang menguasai pasar dan mampu bertahan di pasar dituntut untuk mempunyai nilai kompetitif (*competitive value*) yang mampu membedakannya dari pesaing dimana setiap perusahaan mempunyai suatu produk/jasa yang memiliki nilai kompetitif tinggi sehingga menjadikan produk/jasanya menjadi istimewa di mata konsumen.

Dengan berkembangnya industri perhotelan, maka timbul persaingan antar perusahaan perhotelan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para tamunya. Adapun cara yang ditempuh setiap hotel berbeda satu dengan yang lainnya. Produk yang ditawarkan berupa fasilitas dan mutu pelayanan serta harga yang dapat bersaing dan yang terutama adalah komunikasi pemasaran yang baik. Salah satunya kegiatan pemasaran yang penting dalam industri perhotelan adalah bidang promosi yang merupakan suatu sarana komunikasi bagi perusahaan dengan pasar sasarnya.



Sebagai hotel yang tergolong baru, yang secara resmi baru didirikan pada tanggal 31 December 2008 di Manado dan sudah dinobatkan sebagai Hotel berbintang lima hal ini tentunya merupakan pencapaian yang maksimal, khususnya dalam perkembangan industri perhotelan. Keberhasilan Hotel Sintesa Peninsula di bawah naungan PT. Puncak Mustika, yang tergabung dalam *Sintesa Group* terus mengembangkan bisnis perusahaan ke berbagai daerah lainnya, yang diyakini memiliki potensi keberhasilan dalam mengembangkan industri perhotelan. Kini Hotel Sintesa Peninsula telah didirikan diberbagai kota antara lain di Palembang, Resort Puisan Likupang, serta akan di bangun Hotel Sintesa Peninsula terbaru di lokasi yang paling strategis didirikannya hotel, yaitu di kawasan Kuta, Bali. Disisi yang lain, Hotel Sintesa Peninsula mendapatkan tanggung jawab yang baru dalam mengarahkan kinerja dari hotel-hotel Sintesa Peninsula yang kini telah ada di berbagai kota. Sehingga dibutuhkan kinerja yang lebih atraktif dan maksimal dalam mempertahankan serta mengembangkan eksistensi serta okupansi hotel. Selain dijadikan sebagai tempat diselenggarakan kegiatan berskala internasional, Hotel Sintesa Peninsula juga dijadikan sebagai tempat hunian dari para tamu eksekutif. Hal ini tentunya, menjadi kebanggan tersendiri bagi Hotel Sintesa Peninsula.

Sintesa Peninsula sebagai hotel hunian yang eksklusif, Sintesa juga memposisikan sebagai hotel bisnis, dimana sebagai sarana diadakan berbagai pertemuan dari berbagai perusahaan ataupun rapat baik skala nasional hingga internasional. Serta menawarkan layanan serta fasilitas yang benar-benar nyaman dengan profitabilitas tinggi dan layanan yang luar biasa dari pengakuan di seluruh

dunia. Secara konsisten memberikan layanan yang prima serta berbalut keramahtamahan khas Indonesia. Hotel ini menggabungkan keistimewaan hotel berbintang lima dengan kehangatan tradisi lokal dalam membidik segmen *business traveler*, dan wisatawan.

Seluruh kinerja dari Hotel Sintesa Peninsula, bertujuan membangun hubungan yang baik dengan para pelanggan dalam meningkatkan okupansi hotel. Kotler & Armstrong (2008:116) menambahkan dalam membangun hubungan pelanggan yang baik membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang baik, menetapkan harga untuk produk itu secara atraktif, dan menyediakan produk itu bagi pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus mengkomunikasikan proposisi nilai mereka kepada pelanggan, dan apa yang mereka komunikasikan tidak boleh dibiarkan begitu saja. Segala bentuk komunikasi mereka harus direncanakan dan dipadukan ke dalam program komunikasi pemasaran yang diintegrasikan secara cermat. Selain penting dalam membangun dan mempertahankan berbagai jenis hubungan, komunikasi yang baik merupakan elemen yang penting dalam usaha perusahaan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan.

Oleh sebab itu, penulis ingin melihat fenomena ini dari sisi komunikasi pemasaran. Keterkaitan penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan, serta melihat kontribusi PR dalam kegiatan pemasaran. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang sebelumnya telah diuraikan, maka penelitian ini mengangkat judul **“Analisis Peran PR dalam Strategi Komunikasi**

## **Pemasaran Hotel Sintesa Peninsula Manado untuk meningkatkan tingkat okupansi SPH (Periode Januari 2013 – Juni 2013)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang yang telah dijabarkan di atas terkait dengan fakta menarik mengenai sektor pariwisata yang berdampak pada pertumbuhan industri jasa perhotelan, sekilas tentang peran *pubic relations* dan fenomena menarik yang terjadi di Hotel Sintesa Peninsula, maka rumusan masalah penelitian ini adalah

- 1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh Hotel Sintesa Peninsula Manado.**
- 2. Bagaimana peran atau kontribusi PR Hotel Sntesa Peninsula Manado dalam strategi komunikasi pemasaran**

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah untuk mengetahui bagaimana, strategi komunikasi pemasaran dari SPH serta mengetahui bagaimana peran PR dalam implementasi strategi komunikasi pemasaran Hotel Sintesa Peninsula Manado.

## 1.4 Signifikansi/Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Signifikansi Akademis

Dalam penelitian ini, penulis mengangkat topik peran *public relations*, khususnya menggunakan teori dari Frank Jefkins. Pada umumnya peran PR digunakan dalam sebuah perusahaan untuk mengatasi isu-isu negatif, membangun reputasi, menjaga hubungan yang baik. Namun dalam penelitian ini penulis mengkhususkan peran PR dalam industri jasa terutama jasa perhotelan. dalam membangun *image* hotel, namun juga turut mendorong penjualan dengan menggunakan konsep dari Wilcox. Sehingga dalam penelitian ini, penulis akan membahas apa saja ruang lingkup peran dan kinerja PR yang terkait dengan pemasaran.

Tentunya terdapat beberapa hal yang perlu disesuaikan dalam membahas pemanfaatan peran PR dalam industri jasa terutama jasa perhotelan, misalnya dalam menentukan strategi pemasaran yang mencakup *marketing mix*.

Oleh karena itu, penulis berharap semoga penelitian ini mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan orientasi khususnya bidang *Public Relations*.

### 1.4.2 Signifikansi Praktis

Penulis berharap dengan penelitian yang dilakukan dapat memberikan sebuah kontribusi terhadap pengembangan kinerja dari Hotel Sintesa Peninsula, khususnya dalam pemanfaatan peran PR dalam implementasi strategi komunikasi pemasaran. Sebagai hotel yang tergolong baru di Sulawesi Utara, tentunya memiliki tantangan tersendiri bagi Hotel Sintesa Peninsula dalam mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah persaingan domestik yang semakin meningkat, terlebih lagi hadir di tengah-tengah kota pariwisata tentunya mengundang antusias para pemasar lainnya untuk membangun hotel di Manado sendiri, karena dilihat memiliki profitabilitas yang tinggi khususnya dalam membangun sektor jasa perhotelan.

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini penulis mencoba menguraikan peran PR yang telah diterapkan oleh Hotel Sintesa Peninsula. Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran mengenai peran yang dilakukan pada industri jasa dan bagaimana seharusnya peran PR dalam sebuah organisasi khususnya berorientasi pada jasa perhotelan yang ideal bagi para praktisi di dunia komunikasi pemasaran pada umumnya, dan pada Hotel Sintesa Peninsula Hotel khususnya. Selain memberikan kontribusi mengenai implementasi dan dampak dari pendekatan peran PR diharapkan juga dapat memotivasi dalam meningkatkan strategi pemasaran produk/jasa dan meningkatkan eksistensi perusahaan serta menyikapi persaingan dengan penuh kebijaksanaan.