

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Menurut pandangan masyarakat mengenai, Istilah pariwisata hanya merujuk pada jalan- jalan maupun liburan semata, pada dasarnya pariwisata memiliki definisi yang lebih area apabila di lihat dari sebagian sumber salah satunya dari World Tourism Organization( WTO) memberi tahu pariwisata yakni aktivitas orang ataupun kelompok yang berangkat berkunjung ke daerah lain( keluar dari domisili) dengan jarak tempuh minimal 80 km dari tempat asal dan untuk tujuan bisnis, kesenangan dalam kurun waktu tidak lebih dari 365 hari( 1 tahun).

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 pengertian pariwisata lebih mengacu kepada bermacam- berbagai kegiatan wisata yang meyenangka serangkaian jasa maupun pelayanan serta disediakan oleh *stakeholder* maupun masyarakat lokal dan pekerja ekonomi kreatif.

Pariwisata ialah salah satu Industri yang dapat dikategorikan sebagai mana perjalanan telah melalui 3 fase yaitu pra sejarah dan , zaman sejarah dan pasca sejarah. Bersumber pada hasil riset yang dicoba sebagian pakar dikenal kalau perjalanan telah dicoba oleh orang- orang primitif sampai abad 1– 5 bangsa romawi, dimana diketahui pada saat itu gemar melaksanakan perjalanan ke Negeri lain tetapi tujuannya adalah pada saat itu untuk mendapatkan pengetahuan.

Pariwisata mengaitkan banyak faktor yang menunjang, seperti perhotelan, restoran, ekspedisi perjalanan, serta perlengkapan transportasi, usaha pariwisata yang merupakan penyedia fasilitas agar tercukupi untuk mendukung apa yang dibutuhkan oleh wisatawan yaitu penginapan. Tanpa adanya fasilitas tersebut yang mencukupi maka usaha di bidang pariwisata tidak akan berjalan lancar dan begitu sebaliknya.

Hotel merupakan salah satu pelayanan jasa dengan mengutamakan pelayanan pada tamu yang berkunjung di hotel dengan memperhatikan segala jenis aspek yang berkaitan dengan jasa.

Pariwisata ialah rangkaian insiden yang berkaitan dengan bepergian liburan untuk para wisatawan. Industri perhotelan meliputi bidang usaha lain semacam *restaurant*, jasa *laundry*, agen ekspedisi pula transportasi yang memiliki karakteristik adanya aspek jasa ataupun pelayanan yang tidak bisa dipisahkan dari produk yang dijualnya. Usaha perhotelan sangat diharapkan bagi wisatawan mancanegara pula turis nusantara yang lagi melaksanakan ekspedisi serta memerlukan akomodasi penginapan, baik dilengkapi dengan fasilitas yang terdapat semacam kuliner, minuman dan transportasi dan yang hanya menjual kamar.

Bagi Tjiptono( 2015, p. 387)“ Promosi ialah elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, serta menegaskan kembali konsumen hendak merk serta produk industri”

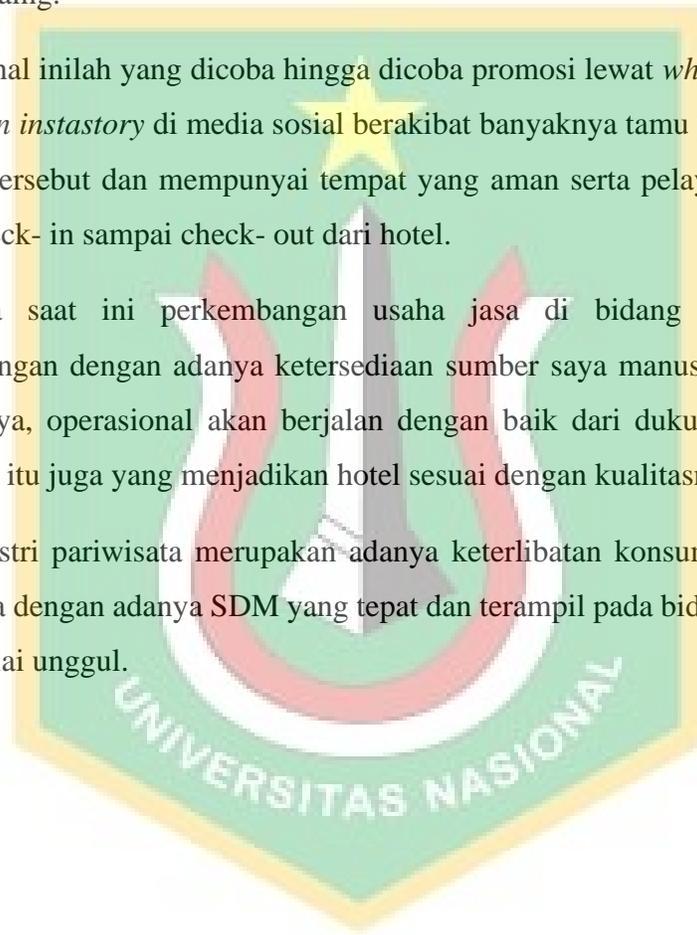
Promosi ialah salah satu aspek berarti keberhasilan sesuatu usaha dengan adanya promosi pelaku usaha menarik pelanggan lewat promosi serta salah satu aspek sebelum melaksanakan promosi yang sangat berarti wajib memastikan pangsa pasar ataupun Analisa pasar produk ataupun jasa tersebut. Dengan keberhasilan sesuatu promosi bisa meningkatkan pemasukan dan dengan menggunakan kemajuan teknologi jadi aspek keberhasilan seluruh orang dapat mengakses internet serta memandang promosi dengan menarik lewat media sosial hendak tingkatkan pemasukan untuk pelaku bisnis. Semacam restoran yang penulis ambil di Gran Melia hotel yang beralamat di H. R. Rasuna Said Nomor. 5 4, RT. 5/ RW. 4, Kuningan Timur., Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta ada resto Café Gran Via, Tien Chao serta Yoshi izakaya dengan bermacam tipe santapan internasional dan promosi yang menarik para tamu hotel ataupun tamu yang bukan menginap di hotel tersebut.

Fenomena yang terdapat terpaut dengan maraknya bisnis restoran ini merupakan, sales promotion yang digunakan, yang di dalam riset ini ialah promosi penjualan lewat pembayaran dengan kartu kredit selaku perlengkapan pembayaran yang ditawarkan oleh sebagian restoran semacam buy 1 get 1. Bisnis kuliner wajib berupaya buat menghasilkan keunggulan kompetitif supaya mampu bertahan serta sekalian sanggup memenangkan persaingan dengan produk sejenis yang dimiliki oleh pesaing.

Perihal inilah yang dicoba hingga dicoba promosi lewat *whatsapp blast*, *email blast* dan *instastory* di media sosial berakibat banyaknya tamu yang datang untuk diresto tersebut dan mempunyai tempat yang aman serta pelayanan yang ramah. Dari check- in sampai check- out dari hotel.

Pada saat ini perkembangan usaha jasa di bidang perhotelan saling berhubungan dengan adanya ketersediaan sumber daya manusia yang tepat pada bidangnya, operasional akan berjalan dengan baik dari dukungan sumber daya manusia itu juga yang menjadikan hotel sesuai dengan kualitasnya.

Industri pariwisata merupakan adanya keterlibatan konsumen juga produsen sehingga dengan adanya SDM yang tepat dan terampil pada bidangnya merupakan suatu nilai unggul.



## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan di hotel Gran Melia Jakarta?
2. Apakah makanan dan minuman sangat beragam dan sesuai dengan minat konsumen?
3. Apakah media sosial sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat berkunjung bagi konsumen?
4. Bagaimana dalam memikat minat tamu untuk berkunjung ke hotel Gran Melia Jakarta?

## 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui startegi promosi seperti apakah berpengaruh signifikan dan memiliki dampak positif sehingga dapat meningkatkan penghasilan Gran Melia Jakarta
2. Mengetahui apakah makanan dan minuman yang ditawarkan Hotel Gran Melia Jakarta sesuai dengan lidah konsumen dan berpengaruh positif dan signifikan.
3. Mengetahui seberapa besar dampak dari media sosial dalam memasarkan atau mengenalkan produk yang dijual di Hotel Gran Melia Jakarta.
4. Mengetahui dalam memikat minat tamu apakah sudah signifikan dan berpengaruh positif dalam penelitian ini.

#### 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun kegunaan atau manfaat penelitian yang bisa diperoleh dari hasil penelitian ini ialah:

1. Bagi Penulis yang akan terjadi penelitian ini diperlukan dapat menambah pengalaman dan wawasan ilmu pengetahuan pada bidang penelitian khususnya dibidang pemasaran dan sekaligus bisa menjadi media buat mencoba mengaplikasikan ilmu yang dimiliki.
2. Bagi Pengelola hasil penelitian ini diperlukan dapat dipergunakan menjadi bahan pertimbangan bagi usaha makanan untuk meningkatkan promosi yang lebih baik dan memberikan kualitas pelayanan untuk yang berorientasi pada kepentingan pelanggan yang memungkinkan kita mampu memberikan dan terciptanya kepuasan yang optimal.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya Sebagai informasi dan bahan acuan untuk membantu melakukan penelitian lebih lanjut.

