

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Untuk mengembangkan kepariwisataan harus juga di tunjangkan oleh bermacam-macam sarana, salah satunya adalah bidang perhotelan. Bagi pemilik modal atau pemegang saham, pemasaran bertugas untuk memacu pertumbuhan peningkatan perusahaan. Pemasaran bertujuan agar penjualan kamar, makanan dan minuman dapat di tingkatkan. Menurut Komar (2014), manajemen perhotelan adalah tanggung jawab manajemen dalam sebuah hotel yang berada pada seorang atau beberapa orang yang di beri kuasa oleh pemilik untuk mewakili kepentingannya. Tugas-tugas utama tim manajemen hotel meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan pegawai, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk memenuhi tugas-tugas ini di perlukan kemampuan untuk mengordinasi kegiatan-kegiatan di berbagai departemen.

Menurut bagyono (2007), sektor pariwisata yang pada umumnya sangat menjanjikan dalam meraih devisa Negara. Hal ini perlu mendapatkan perhatian khusus sebagai peluang bisnis selain faktor-faktor yang lain seperti industri kecil, dalam mendongkrak perekonomian nasional yang terpuruk akibat krisis moneter. Kesadaran penanganan yang lebih serius terhadap bidang ini telah melahirkan beberapa kebijakan sebagai langkah pengembangannya. Salah satu komponen pariwisata yang besar perannya di Indonesia adalah usaha perhotelan. Sejalan dengan perkembangan tersebut maka produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadikan

kebutuhan utama wisatawan adalah kamar dan makanan sekarang sudah menjadi perkembangan. Konsumen mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti pelayanan, kondisi hotel yang nyaman, aman, sopan santun dan rasa hormat dari seluruh karyawan.

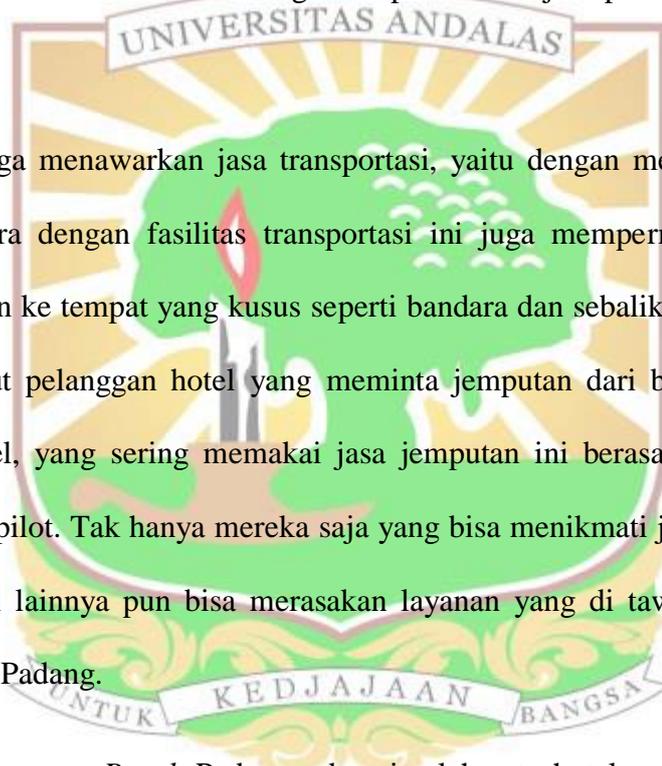
Menurut Pendit (1994), pengertian hotel di Indonesia tentang peraturan usaha pengelolaan hotel, penyelenggaraan hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minuman serta jasa penunjang bagi umum yang dikelola secara komersial. Agar pelayanan yang di berikan kepada tamu bisa tercapai secara maksimal salah satunya melalui kegiatan pemasaran. Sarana yang sangat penting dalam dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan yang berpergian lebih dari sehari adalah Hotel. Dalam hal ini dapat mencari informasi pangsa pasar dan menyerahkan laporan bisnis. bagian pemasaran merupakan bagian yang bertugas menjual semua produk yang di hasilkan hotel, baik berupa kamar penginapan, makanan, ruangan pertemuan, paket-paket yang bisa membuat tamu terbujuk.

Hotel sebagai salah satu sarana akomodasi mempunyai peranan yang cukup besar dalam perkembangan industri pariwisata, karena berfungsi sebagai tempat menginap wisatawan yang datang selama mereka melakukan perjalanan wisata. Perkembangan industri perhotelan yang pesat telah mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat. Maka akan banyak hotel-hotel mewah dibawah manajemen asing memasuki industri perhotelan di Indonesia dalam menarik tamu untuk menginap, maupun untuk memanfaatkan fasilitas lainnya yang tersedia di hotel.

Di tengah kompetisi yang cukup tajam, setiap perusahaan termasuk perhotelan yang ingin memperoleh persepsi positif ataupun citra yang baik di mata masyarakat maka perusahaan itu harus bisa meyakinkan konsumen bahwa perusahaannya memang lebih unggul di bandingkan dengan yang lain. Agar perusahaan bisa mempertahankan dan melindungi citra tersebut maka perusahaan harus lebih bisa memberikan dan memperhatikan segala keinginan konsumen, hal ini bisa mempengaruhi konsumen lama agar tetap setia menjadi pelanggan perusahaan tersebut.

Hotel juga menawarkan jasa transportasi, yaitu dengan mengantarkan tamu hotel ke bandara dengan fasilitas transportasi ini juga mempermudah konsumen untuk berpergian ke tempat yang krusial seperti bandara dan sebaliknya pelayan hotel akan menjemput pelanggan hotel yang meminta jemputan dari bandara dan ingin menuju ke hotel, yang sering memakai jasa jemputan ini berasal dari pramugari, pramugara dan pilot. Tak hanya mereka saja yang bisa menikmati jasa transportasi ini pelanggan hotel lainnya pun bisa merasakan layanan yang ditawarkan oleh hotel Pangeran *Beach* Padang.

Hotel Pangeran *Beach* Padang sebagai salah satu hotel yang ada di Padang dimana dalam menghadapi dunia persaingan antar hotel dan wisma maka perlu menyediakan fasilitas dan pelayanan jasa yang spesifik dan juga inovatif agar dapat lebih unggul dari pesaingannya. Persaingan yang kompetitif di dunia perhotelan pada saat ini mendorong setiap penginap melakukan aktivitas promosi dalam menarik minat para calon tamu. Untuk dapat hidup bertahan dalam persaingan ini sangat diperlukan kemampuan manajemen untuk mengambil kebijakan agar



perusahaan dapat bertahan dan terus berkembang dan dapat membuat pemakai jasa merasa tertarik. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang “**Aktivitas Pelayanan Jasa Pada Hotel Pangeran Beach Padang**”

1.2 Rumusan Masalah

Dari data belakang penelitian di atas maka rumusan masalah penelitian yaitu

Bagaimana aktivitas pelayanan jasa pada hotel Pangeran *Beach* Padang?

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari magang ini adalah untuk mengetahui aktifitas pelayanan jasa akomodasi dan transportasi pada Hotel Pangeran *beach* Padang.

1.4 Manfaat Magang

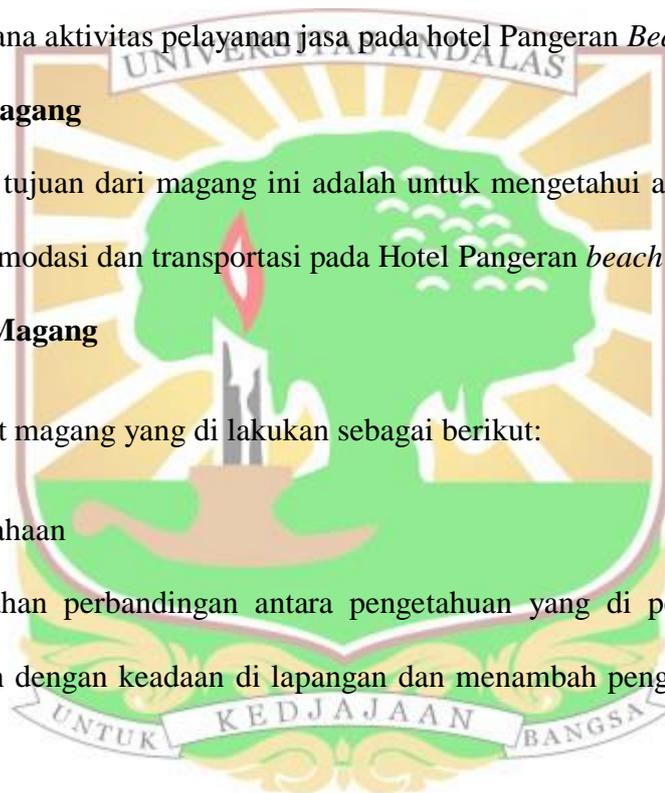
Adanya manfaat magang yang di lakukan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan perbandingan antara pengetahuan yang di peroleh di bangku perkuliahan dengan keadaan di lapangan dan menambah pengalaman di bidang marketing.

2. Bagi pembaca

Sebagai bahan informasi atau masukan untuk menjelaskan bagaimana aktivitas pelayanan jasa akomodasi dan transportasi pada Hotel Pangeran *Beach* Padang dalam melakukan promosi jasa penginapan hotel pelayanan transportasi untuk memperdalam masalah yang berkaitan dengan aktivitas pelayan jasa akomodasi dan transportasi pada Hotel Pangeran *Beach* Padang.



1.5 Metode Penelitian

Metode observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat dan mencatat kejadian. Metode observasi bisa dikatakan merupakan kegiatan yang meliputi pencacatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Metode observasi dilakukan secara umum, penulis mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pemasaran yang berlangsung pada hotel Pangeran *beach* Padang.

Tahap selanjutnya penulis harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola perilaku hubungan yang terus menerus terjadi. Terdapat dua jenis metode observasi yang pertama observasi partisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara terlibat langsung dalam interaksi dengan objek penelitiannya. Peneliti ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti. Kedua, observasi non partisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara tidak melibatkan dirinya dalam interaksi dengan objek penelitian.

1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan penulis membatasi pembahasan yang berhubungan tentang aktifitas pelayanan jasa akomodasi dan transportasi pada hotel Pangeran *Beach* Padang.

1.7 Tempat dan Waktu Magang

Magang dilaksanakan pada hotel Pangeran *beach* Padang, yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.79, Flamboyan Baru, Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat 25115. Pelaksanaan magang dilaksanakandari tanggal 18 Desember 2017 s/d 03 Februari 2018 (40 hari).

1.8 Sistematika Penulisan

Pembahasan yang dilakukan dalam penulisan laporan ini terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, manfaat magang terdiri dari manfaat bagi perusahaan, manfaat bagi pembaca, tempat dan waktu magang, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

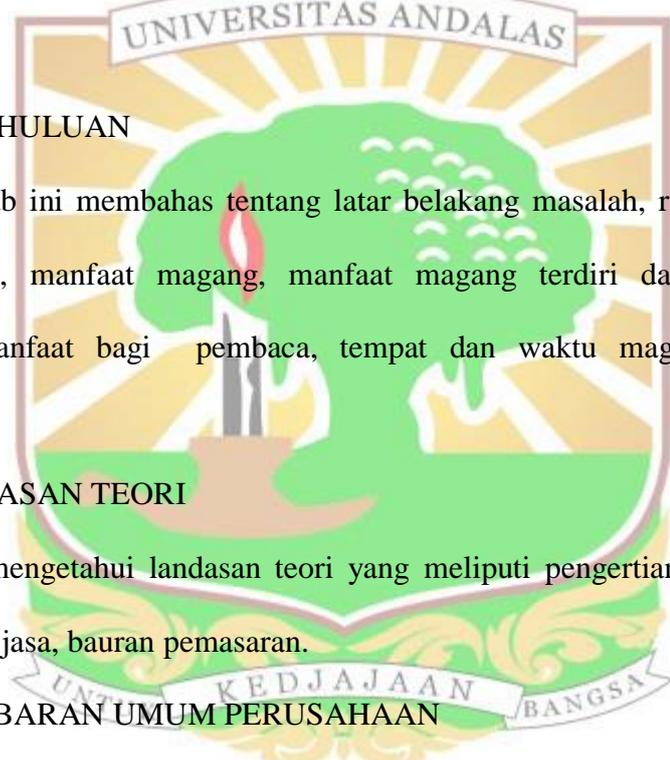
Bab ini mengetahui landasan teori yang meliputi pengertian dari pemasaran jasa, klasifikasi jasa, bauran pemasaran.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum hotel Pangeran *Beach* Padang yang meliputi sejarah singkathotelPangeran *Beach* Padang, struktur organisasi dan ruang lingkup kegiatan pada hotelPangeran *Beach* Padang.

BAB IV PEMBAHASAN

Menjelaskan hasil kegiatan yang di lakukan selama magang dan menjelaskan tentang aktivitas pelayanan jasa pada hotel Pangeran *Beach* Padang.



BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan seluruh pembahasan yang berdasarkan pengamatan penulis selama proses melakukan magang pada hotel Pangeran *Beach* Padang.

