

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Provinsi Riau khususnya di Pekanbaru saat ini telah banyak bermunculan bisnis jasa perhotelan baik dari bisnis berskala kecil sampai bisnis berskala besar dengan macam akomodasi dan fasilitas serta pelayanan. Semakin membaiknya kondisi ekonomi Provinsi Riau sehingga menarik minat investor ini di Pekanbaru secara tidak langsung ikut mendorong tingkat hunian kamar hotel. Hal ini disebabkan karena para investor ini memerlukan tempat menginap selama mereka berbisnis di kota ini, dan dengan berkembangnya hotel secara baik menunjukkan ekonomi Riau sangat prospek.

Disamping itu dengan berkembangnya bisnis perhotelan di Pekanbaru, akan menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat terutama dalam pemasarannya. Ini merupakan salah satu permasalahan yang harus dihadapi para pengusaha perhotelan. Demikian halnya dengan Hotel Ibis tidak terlepas dari persaingan ini khususnya persaingan antar hotel berbintang 3 (tiga), diantaranya Hotel Furaya, Hotel Grand Zuri, Hotel Saida dan Hotel Aston. Semakin tingginya persaingan tentu dibutuhkan strategi pemasaran yang cocok dengan segmen yang telah dipilih oleh hotel yang bersangkutan.

Berbagai usaha yang telah dilakukan oleh Hotel Ibis untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotelnya, antara lain memelihara hubungan dengan instansi pemerintah dan swasta. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1
Komposisi Tamu Hotel Ibis Pekanbaru
Berdasarkan Sumber Pengunjung Tahun 2003-2008

No	Sumber Pengunjung	Persentase					
		2003	2004	2005	2006	2007	2008
1.	<i>Travel Agent</i>	17	20	12	15	30	25
2.	<i>Government</i>	26	28	28	34	20	23
3.	<i>Companies</i>	18	13	10	19	16	12
4.	<i>Assosiation</i>	14	21	24	11	19	8
5.	<i>Walk individu</i>	25	18	26	21	15	32
Jumlah		100	100	100	100	100	100

Sumber : Hotel Ibis Pekanbaru, 2008

Dalam kegiatan promosi Hotel Ibis Pekanbaru juga melakukan kebijakan-kebijakan seperti, mengadakan pendekatan kepada instansi pemerintah maupun swasta yaitu dengan memberikan informasi-informasi mengenai produk dan pelayanan yang dimilikinya. Hotel Ibis juga mengambil suatu kebijakan promosi dengan memanfaatkan dengan media-media yang ada baik media cetak maupun media elektronik. Produk yang ditawarkan oleh Hotel Ibis adalah produk-produk standar seperti jasa akomodasi, restoran, *convention room*, *ball room* dengan kapasitas 1.500 pax, dll.

Dari kebijakan maupun strategi yang telah dilakukan Hotel Ibis ternyata belum mampu mengoptimalkan tingkat hunian kamar sebagaimana yang telah ditetapkan. Hal ini dapat dilihat dengan adanya fluktuasi tingkat hunian kamar setiap tahunnya. Untuk mengetahui perkembangan volume penjualan kamar setiap tahun pada Hotel Ibis dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2
Volume Penjualan Kamar Pada Hotel Ibis Pekanbaru
Tahun 2003-2008 (unit)

Tahun	Jumlah Kamar	Target Penjualan Kamar	Realisasi Penjualan Kamar	Pencapaian Target Kamar (%)
2003	82	28.705	16.904	58,9%
2004	82	28.705	15.002	52,3%
2005	127	38.705	16.189	41,8%
2006	155	38.705	19.675	50,8%
2007	155	38.705	22.669	58,6%
2008	174	40.000	26.705	66,8%

Sumber : Hotel Ibis Pekanbaru, 2008

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan kamar Hotel Ibis Pekanbaru mengalami fluktuasi dimana realisasi penjualan kamar mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup berarti. Bila ditelusuri lebih dalam lagi ternyata Hotel Ibis Pekanbaru mengalami apa yang disebut *a room surplus exist* dimana jumlah kamar yang tersedia pada Hotel lebih banyak dari jumlah tamu yang menginap.

Sedangkan untuk mengetahui dari rata rata permintaan kamar per harinya pada Hotel Ibis Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini .

Tabel 3
Rata-rata Permintaan Kamar Pada Hotel Ibis Pekanbaru
Tahun 2003-2008

Tahun	Jumlah Kamar	Target Penjualan Kamar	Kamar Terjual (hari)	Kamar Tak Terjual (hari)
2003	82	28.705	47	35
2004	82	28.705	42	40
2005	127	38.705	45	82
2006	155	38.705	54	101
2007	155	38.705	63	92
2008	157	40.000	74	26

Sumber : Hotel Ibis Pekanbaru, 2008

berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, masih banyak kamar yang tidak terjual pada setiap harinya. Untuk itu perlu diusahakan agar tamu lebih banyak datang dan menginap pada Hotel Ibis Pekanbaru.

Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran promosi yang digunakan pada Hotel Ibis Pekanbaru
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Ibis Pekanbaru
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *advertising* terhadap tingkat hunian kamar
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh hubungan masyarakat terhadap tingkat hunian kamar
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemasaran langsung terhadap tingkat hunian kamar
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penjualan pribadi terhadap tingkat hunian kamar

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari responden berdasarkan kepada kerangka penelitian dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap permasalahan penelitian berupa informasi tentang pengaruh bauran promosi terhadap tingkat hunian kamar. Yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini adalah *Sales & Marketing Manager* serta responden yang dijadikan sebagai sampel sebanyak 100 orang dari tamu yang menginap di Hotel Ibis Pekanbaru pada tahun 2008.

Data sekunder

Data yang diperoleh dari penelitian ini berupa informasi yang berkaitan dengan obyek penelitian yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, fasilitas dan peralatan yang dimiliki perusahaan dan lain-lain yang menyangkut tentang penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

wawancara

Cara pengumpulan data dengan jalan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan atas data yang diperlukan. Dengan metode ini penulis dapat memperoleh data atau informasi antara lain gambaran umum perusahaan dan tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti atau gejala-gejala yang terjadi. Adapun data yang diperoleh antara lain kegiatan operasional perusahaan

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang akan penulis gunakan sebagai berikut:

Analisis kualitatif

Analisa kualitatif digunakan berdasarkan pandangan dan pemikiran secara teoritis yang disajikan dalam bentuk keterangan dan penjelasan yang sifatnya non statistik.

Analisis Kuantitatif

Analisa kuantitatif adalah analisa yang berhubungan dengan perhitungan statistik. Analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, dengan melakukan beberapa pengujian diantaranya :

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
2. Pengujian regresi secara keseluruhan (Uji F)
3. Pengujian regresi secara individu (Uji-t)