

ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN JASA PADA HOTEL SAHID KECAMATAN MENGKENDEK KABUPATEN TANA TORAJA

Abedneigo Carter Rambulangi
UKI Toraja
Email : abedneigo77@yahoo.co.id

ABSTRAK

Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Jasa Pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran pada Hotel Sahid di Kabupaten Tana Toraja. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data-data yang ada berdasarkan penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan pendapatan jasa pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada produk utama Hotel Sahid adalah kamar dengan berbagai tipe dan fasilitas. Untuk penetapan harga Hotel Sahid mengacu pada fasilitas, standar bintang, serta melihat pesaing. Untuk promosi terdapat dua strategi diterapkan dalam Hotel Sahid yaitu strategi saling menarik dan mendorong. Untuk place, letak Hotel Sahid strategis. Untuk people (orang) karyawan melakukan pelayanan yang baik , cepat, ramah, teliti, dan akurat. Pada proses, dalam proses jasa Hotel Sahid diawali dengan peran marketing dan sales dan segala proses hasil pemasaran dilaporkan oleh manajer pemasaran. Terakhir yaitu pendukung fisik, Hotel Sahid memiliki bangunan yang kokoh dan klasik dengan model tradisional khas Toraja.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Pendapatan Jasa

PENDAHULUAN

Banyak perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya tidak dapat mengalami perkembangan atau pertumbuhan, walaupun mereka tetap eksis karena belum bisa menerapkan bauran pemasaran, sehingga produk yang ditawarkan belum sepenuhnya mendapat perhatian dari calon konsumen.

Penerapan bauran pemasaran, pihak manajemen akan dapat mengoptimalkan kekuatan internalnya untuk meraih peluang yang dihadapi. Kekuatan tersebut

dapat dilihat dari kualitas produk, harga atau tarif, distribusi, promosi. Proses pembuatan dan orang-orang yang dilibatkan dalam organisasi. Tanpa pengelolaan yang baik dari variable pemasaran, maka usaha yang dijalankan tidak dapat mencapai efektivitas dan efisiensi.

Begitu juga dengan perusahaan jasa Hotel Sahid, sebagai perusahaan jasa membutuhkan penerapan bauran pemasaran secara tepat dalam menawarkan berbagai jenis jasa kepada konsumen. Hanya dengan dukungan pemasaran yang

baik perusahaan ini dapat memperoleh pangsa pasar dalam menawarkan jasa yang dihasilkan.

Penerapan bauran pemasaran bagi perusahaan jasa seperti hotel akan dapat membantu perusahaan untuk mencapai beberapa hal berikut:

- a. Menawarkan jasa yang tepat sesuai yang dibutuhkan
- b. Menetapkan tarif atau harga jual yang terjangkau oleh customer
- c. Memberikan pelayanan yang memuaskan
- d. Menemukan cara yang tepat dalam proses pembuatan jasa
- e. Menempatkan orang yang tepat dengan kebutuhan konsumen
- f. Membuat perusahaan lebih mudah dikenal calon pelanggan.

Hotel dalam industri pariwisata memegang peranan penting sebagai sarana akomodasi berupa jasa penginapan bagi anggota masyarakat yang memerlukannya. Hotel merupakan sarana penunjang devisa Negara yang saat ini berkembang dengan sangat pesat, terlihat dari banyaknya hotel yang tumbuh dan berkembang di berbagai tanah air, termasuk di Sulawesi Selatan, Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja. Perkembangan bisnis perhotelan di Kecamatan Mengkendek menimbulkan persaingan jasa hotel terutama dalam pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk

mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Untuk itu strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang akomodasi dan jasa, tentunya memiliki banyak pesaing dari hotel sejenis. Hotel Sahid harus memaksimalkan strategi pemasaran dalam peningkatan penjualannya. Salah satu strategi pemasaran adalah promosi dengan adanya

Memperhatikan pelaksanaan program bauran pemasaran tersebut diharapkan para konsumen dapat terpenuhi segala keinginannya dengan rasa puas, nyaman dengan apa yang mereka dapat, dan ingin tinggal lama, sehingga konsumen tersebut pada akhirnya dapat loyal. Oleh karena itu perusahaan harus berorientasi pada konsumen serta berusaha untuk memenuhi yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu : **Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Jasa Pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.**

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu menemukan fakta-fakta dengan menggunakan penerapan bauran pemasaran pada suatu jasa atau menganalisis serta menginterpretasikan tentang bauran pemasaran pada jasa tersebut.

Satuan Analisis dan Satuan Pengamatan

Satuan Analisis

Satuan analisis dalam penelitian ini adalah Hotel Sahid di Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.

Satuan Pengamatan

Satuan pengamatan dalam penelitian ini adalah Penerapan Bauran pemasaran (*marketing mix*), pada Hotel Sahid di Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kepustakaan (*Library Riset*) yaitu mengumpulkan data melalui buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penelitian lapangan (*Field Riset*) yaitu penelitian yang dilakukan langsung pada objek penelitian pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja dengan melakukan observasi.

Prosedur Pengumpulan Data

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.

Wawancara yaitu melakukan penelitian langsung ke lokasi penelitian pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja untuk memperoleh data yang berkaitan dalam penelitian.

Dokumentasi yaitu melakukan pengumpulan data khususnya data laporan keuangan pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja

Jenis Data

Data primer yaitu data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.

Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dari pihak ketiga yang telah menyediakan atau memublikasikannya lebih dahulu pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data-data yang ada berdasarkan penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan pendapatan jasa pada Hotel Sahid Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hotel Sahid sebagai perusahaan jasa dalam menjalankan usaha atau menawarkan jasa kepada konsumen telah menerapkan bauran pemasaran berikut :

Produk (*Product*)

Penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Sahid pada produk kamar yaitu jenis kamar ada dua yaitu kamar mewah dan kamar khusus, dengan harga yang berbeda, tetapi ukuran kamar tetap sama yaitu 60 meter persegi. Dengan fasilitas kamar yaitu air minum dalam botol, balkon atau teras, pembuat kopi atau teh, kamar mandi pribadi, kulkas, meja, layanan kamar, perlengkapan mandi gratis, sandal TV kabel, telepon, tempat tidur geser, tirai kedap cahaya, layanan kamar dan no smoking. Namun kamar khusus dilengkapi dengan ruang tengah dengan fasilitas yang sama juga.

Penerapan bauran pemasaran pada kolam renang yaitu jenis kolam renang ada dua yaitu kolam renang untuk dewasa dan kolam renang anak yang berfungsi sebagai tempat olahraga, relaksasi, rekreasi, dan tempat bermain, dengan fasilitas seperti tangga untuk membantu pengunjung jika ingin naik ke atas dari kolam. Air pada kolam renang Hotel Sahid bersih, dan area sekitar kolam renang Hotel Sahid terjamin kebersihannya.

Penerapan bauran pemasaran untuk paket rapat yaitu, jenis paket rapat yang ditawarkan oleh Hotel Sahid berbeda-beda dengan harga yang berbeda juga. Paket rapat pada Hotel Sahid ada

lima jenis dengan fasilitas ruang rapat, sarapan, makan siang, makan malam, dan minum kopi. Fasilitas tersebut dapat digunakan tergantung dari berapa lama paket rapat yang kita gunakan.

Penerapan bauran pemasaran untuk paket pernikahan yaitu, pada paket pernikahan, Hotel Sahid bekerja sama dengan Salon Kharina Makale yang dimaksudkan untuk mempermudah lancarnya acara tersebut. Adapun kelengkapan fasilitas dari paket pernikahan Hotel Sahid yaitu makanan untuk 300 orang, photo, video, elekton, dekorasi, tat arias pengantin, mobil, kamar mewah, serta lokasi di area sekitar kolam renang Hotel Sahid.

Penerapan bauran pemasaran pada restoran Hotel Sahid yaitu restoran pada Hotel Sahid berfungsi untuk menunjang pelayanan selama tamu menginap, sehingga tamu tidak harus mencari hotel yang lain untuk mendapatkan makanan. Salain itu restoran juga dipergunakan jika ada acara pernikahan maka restoran digunakan sebagai tempat untuk makan bersama.

Harga (*Price*)

Penerapan harga pada produk Hotel Sahid terdiri dari berbagai macam harga tergantung pada jenis produk yang ditawarkan yakni kamar, kolam renang, paket rapat, paket pernikahan, dan restoran.

Penerapan harga produk kamar yaitu, untuk jenis kamar kamar mewah harga yang ditetapkan yaitu Rp. 850.000, sedangkan untuk kamar khusus tarifnya Rp.1.200.000. harga dari jenis kamar tersebut berbeda karena kamar khusus

memiliki fasilitas tambahan yaitu ruang tengah, tetapi fasilitas lain tetap sama.

Penerapan harga untuk kolam renang yaitu harga tiket untuk masuk dalam kolam renang hotel sahid yaitu Rp.10.000 per orang dengan jenis kolam renang yang sama yaitu kolam renang dewasa dan kolam renang anak-anak.

Penerapan harga untuk produk paket rapat pada Hotel Sahid yaitu Paket rapat pada Hotel Sahid Toraja memiliki harga yang berbeda-beda. Mulai dari pertemuan rapat penuh dengan harga Rp.750.000 per orang, dengan maksimal yang mengikuti rapat berjumlah 30 orang, dengan fasilitas ruangan khusus, satu kali sarapan, satu kali makan malam, dan dua kali istirahat minum kopi. Sedangkan untuk rapat selama 14 jam diberi harga Rp.450.000 per orang, dengan maksimal yang mengikuti rapat berjumlah 30 orang, dengan fasilitas yang sama, dan untuk rapat 10 jam diberi harga Rp.225.000 per orang, dengan maksimal yang mengikuti rapat berjumlah 30 orang, sedangkan untuk paket rapat 8 jam harganya Rp.90.000 per orang, dengan maksimal yang mengikuti rapat berjumlah 30 orang, dan untuk paket rapat 4 jam harganya adalah Rp.50.000 per orang, dengan maksimal yang mengikuti rapat berjumlah 30 orang, dengan fasilitas yang sama juga.

Penerapan harga untuk produk paket pernikahan pada Hotel Sahid Harga paket pernikahan Hotel Sahid yaitu Rp.40.000.000, sudah termasuk didalamnya makanan untuk 300 orang, dekorasi, kamar mewah untuk 1 malam, photo dan video,

elektron, pengantin, mobil pengantin dan tempat area kolam renang.

Penerapan harga pada produk restoran yaitu harga setiap makanan pada restoran Hotel Sahid berbeda-beda, tergantung dari jenis makanan yang ada pada restoran Hotel Sahid. Restoran pada Hotel Sahid juga digunakan jika ada acara pernikahan, maka restoran difungsikan sebagai tempat untuk makan bersama.

Distribusi (*Place*)

Penerapan distribusi yang dilakukan oleh Hotel Sahid menggunakan saluran distribusi langsung yakni perusahaan berhubungan langsung dengan konsumen, dan melalui receptionist (walk in/website hotel). Seperti diketahui bahwa Hotel Sahid telah memiliki halaman website atau email yang bisa dibuka dimana saja ketika ingin melakukan reservasi melalui internet. Hal ini dilakukan karena perusahaan ini menginginkan agar konsumen memperoleh pelayanan yang memuaskan atas jasa yang ditawarkan. Maka dari itu Hotel Sahid perlu mengembangkan lagi saluran distribusi yang digunakan, agar pendapatan pun semakin meningkat.

Promosi (*Promotion*)

Promosi yang diterapkan dalam Hotel Sahid adalah travel, online, dan brosur. Kebijakan ini ditetapkan dengan harapan bahwa melalui cara tersebut calon pengguna jasa yang ditawarkan akan memperoleh informasi yang akurat. Dari promosi yang dilakukan oleh Hotel Sahid dapatlah dikatakan bahwa kebijakan yang telah

ditempuh memang sudah tepat untuk memperkenalkan perusahaan dan produknya. Mengingat saat ini sudah banyak hotel dimana-mana yang akan memunculkan persaingan. Jadi Hotel Sahid harus sekreatif mungkin untuk meningkatkan lebih baik lagi promosi penjualan produk mereka agar pendapatan pun dapat meningkat.

Orang (*People*)

Orang (*People*) pada Hotel Sahid sebanyak 26 karyawan terdiri dari pimpinan, dengan jumlah 7 perempuan, 19 laki-laki. Tugas mereka adalah mengadakan jasa dan menjual jasa. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti, dan akurat. Karena sukses tidaknya produk yang ditawarkan sangat dipengaruhi atau ditentukan oleh kualifikasi personil yang mengelola produk yang ditawarkan. Begitu juga dengan Hotel Sahid dalam menawarkan berbagai jenis jasa, kesuksesannya akan ditentukan kemampuan orang yang akan bekerja. Adapun kualifikasi yang dimiliki personil dalam Hotel Sahid adalah :

- a. Sarjana perhotelan 2 orang
- b. SMK pariwisata 6 orang
- c. SMA 13 orang
- d. STM 5 orang

Proses

Penerapan bauran pemasaran pada proses pemasaran jasa Hotel Sahid sudah sesuai dengan prosedur perusahaan. Mulai dari proses pelayanan penerimaan tamu yang dilakukan dengan reservasi langsung atau melalui telpon. Selain itu, perincian setiap proses pelayanan, baik itu pelayanan utama

maupun pelayanan pendukungnya diterangkan dalam suatu SOP yang terdiri dari : pelayanan pemesanan kamar, pelayanan penanganan barang-barang, tata cara membersihkan tempat tidur, tata cara mengangkat piring, pelayanan informasi, pelayanan check-in dan check-out dan kasir kantor depan hotel.

Pendukung Fisik

Pendukung Fisik yang diterapkan di hotel Sahid belum cukup bagus. Dari data yang diperoleh, pengunjung mulai menurun pada tahun 2017, dikarenakan produk yang ditawarkan kurang menarik minat konsumen, dan kurang dikembangkan, sehingga banyak konsumen yang beralih ke produk jasa lain atau produk pesaing dan pendapatan yang diperoleh menurun pada tahun 2017. Maka dari itu walaupun fasilitas yang ada semua lengkap, tetapi jika kurang dikembangkan maka konsumen pun akan merasa jenuh dan bosan sehingga beralih ke jasa lain. Seharusnya jasa lebih dikembangkan agar konsumen tetap loyal.

Dari beberapa bauran pemasaran yang telah dijelaskan diatas, Hotel Sahid sudah cukup baik dalam menerapkan bauran pemasaran pada setiap produk yang ditawarkan, walaupun pendapatan pada tahun 2017 sedikit menurun. Adapun faktor-faktor yang yang mempengaruhi turunnya pendapatan tersebut yaitu dari segi keamanan dan kenyamanannya. Karena walaupun seluruh fasilitas ada pada hotel tersebut akan tetapi keamanan dan kenyamanan kurang menjamin kepuasan pelanggan, maka pelanggan akan beralih ke produk

jasa yang lain. Sehingga menyebabkan pendapatan menjadi

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis menarik kesimpulan berikut ini :

1. Hotel Sahid Toraja adalah perusahaan jasa akomodasi yang didirikan atas kejelian melihat peluang akan jasa hotel menarik untuk di buka di Kabupaten Tana Toraja.
2. Dalam menjalankan usaha perhotelan tersebut, Hotel Sahid sudah cukup menerapkan bauran pemasaran dengan benar, karena menjalankan semuanya sesuai prosedur, mulai dari produk yang dipasarkan, harga yang diterapkan, promosi yang dilakukan, lokasi yang strategi, pelayanan yang baik, proses yang berjalan sesuai prosedur, dan pendukung fisik yang dapat menjamin kepuasan pelanggan dengan kelengkapan fasilitas yang ada. Walaupun pendapatan pada tahun 2017 sedikit menurun karena adanya pesaing baru yaitu Burake Hills, sehingga beberapa produk dari Hotel Sahid sedikit menurun dan mempengaruhi turunnya pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kedelapan. Bandung. Alfabeta

menurun.

Angipora, Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kedua*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Griffin. 1996. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa. 25 Juli 2014. <http://profilekonomi.blogspot.co.id/2014/07/karakteristik-dan-klasifikasi-jasa.html?m=1>

Hendrayadi, Herry. 2010. *Strategi Pemasaran*. 18 April 2010. <http://marketingasyik.blogspot.com/2010/04/strategi-pemasaran.html?m=1>

Hurriyati. *Analisa pemasaran jasa perhotelan*. 12 April 2013. <http://denisupham.blogspot.com/2013/04/analisa-pemasaran-jasa-perhotelan.html?m=1>

Nasution, Arman Hakim, Indung Sudarso, dan Lantip Trisumarno. 2006. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Edisi Pertama. Yogyakarta: CV Andi Offseet.

Nirwana, Zeithaml, Hurriyati. Pengaruh *bauran pemasaran (7P) terhadap keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Place*

Malang. 20 Maret
2010.<http://rieftiyah.blogspot.com/2010/03/pengaruh-bauran-pemasaran-7P-terhadap.html?m=1>

Niswoger, Nafarin, Kieso, dan skousen, ***pengertian pendapatan***, 27 Mei 2015, Walangkopo99.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli.html?m=1

Suharyadi, dan Purwanto. 2013. ***Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern***. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat

Swastha Basu dan Irawan. 1985. ***Manajemen Pemasaran Modern***. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Yogyakarta:Liberty.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dedi Adriana. 2008. ***Pemasaran Strategik***. Edisi Pertama. Yogyakarta: CV Andi Offseet

