

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata yang semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan manusia yang terus meningkat. Bisnis yang saat ini menjanjikan yaitu bisnis di bidang perhotelan (*hospitality*). Bisnis ini merupakan bagian terpenting dalam industri pariwisata. Perhotelan sendiri memiliki peran sebagai usaha penyediaan akomodasi bagi masyarakat yang menyediakan jasa layanan penginapan, makan, minum serta dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi.

Fungsi hotel adalah sebagai tempat penginapan sementara yang dapat dikunjungi pada saat seseorang berada di luar kota atau jauh dari tempat tinggal. Semakin banyak kebutuhan masyarakat, kini hotel tidak hanya dijadikan sebagai tempat penginapan melainkan dapat digunakan untuk acara pertemuan, acara pernikahan, acara ulang tahun dan seminar. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri jasa, usaha perhotelan dalam menyelenggarakan pelayanannya perlu didukung dengan adanya fasilitas yang memadai, antara lain fasilitas penginapan, ruang tamu, makan dan minum, rekreasi, telekomunikasi dan tenaga kerja. Hal tersebut menjadikan sebuah usaha perhotelan (*hospitality*) menjadi usaha komersial yang mampu mendapatkan keuntungan dalam jumlah besar.

Dilihat dari pertumbuhan ekonomi masyarakat yang terus meningkat mengakibatkan munculnya persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan (*hospitality*) yang belomba-lomba mengeluarkan inovasi dan meningkatkan fasilitas maupun pelayanannya untuk memenuhi kepuasan konsumennya. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan perhotelan salah satunya dengan menggunakan strategi promosi. Promosi merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan informasi dari penjual kepada pembeli sehingga dapat mempengaruhi konsumen yang diharapkan memberikan interaksi antar penjual dan pembeli dengan mendapat kepuasan yang sama. Dalam promosi terdapat lima kegiatan yang disebut dengan Bauran Promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari: periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, publisitas dan pemasaran langsung (Adisaputro, Manajemen Pemasaran, 2019).

Di Kota Yogyakarta sendiri banyak bisnis perhotelan yang berkembang. Arkamaya Kusuma Resort merupakan salah satu hotel di Kota Yogyakarta yang menjadi rekomendasi untuk tempat penginapan sekaligus sebagai tempat berbagai acara seperti rapat bisnis, seminar, outbond, acara pernikahan, acara ulang tahun dan juga sebagai tempat rekreasi keluarga. Lokasi yang strategis dari Kota Yogyakarta dan fasilitas hotel yang cukup lengkap dan nyaman. Dengan hotel yang memiliki konsep *One stop Healing* dimana dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang berkunjung. Banyaknya bisnis perhotelan (*hospitality*) saat ini Arkamaya Kusuma Resort harus dapat meningkatkan volume

penjualan dengan meningkatkan penjualan kamar atau penyewaan ruang untuk berbagai kegiatan yaitu dengan menggunakan strategi promosi. Sama halnya dengan hotel lainnya, strategi promosi yang diterapkan Arakamaya Kusuma Resort dengan menetapkan salah satu dari bauran promosi yaitu *sales call*. *Sales call* sendiri merupakan kunjungan kepada prospek atau pelanggan dengan tujuan untuk menghasilkan penjualan ataupun meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Diterapkannya *sales call* tersebut, Arkamaya Kusuma Resort diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan hotel serta menjadikan Arkamaya Kusuma Resort dapat bertahan hidup di tengah persaingan yang ketat. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka menarik minat penulis untuk mengambil judul “**Sales Call Pada Arkamaya Kusuma Resort**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dikaji yaitu bagaimana *sales call* pada Arkamaya Kusuma Resort.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, agar pembahas fokus sesuai dengan rumusan masalah dan latar belakang, maka masalah yang dibatasi adalah *sales call* pada Arkamaya Kusuma Resort.

#### **D. Tujuan**

Tugas akhir ini untuk mengetahui *sales call* pada Arkamaya Kusuma Resort.

#### **E. Manfaat**

##### 1. Bagi Penulis

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya Diploma 3 pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui kenyataan apa yang ada di lingkungan kemudian dibandingkan dengan ilmu pengetahuan yang diperoleh pada saat kuliah.
- c. Untuk menambah wawasan khususnya mengenai *sales call*.
- d. Sebagai saranan meningkatkan kemampuan, kreativitas, kematangan, serta menimbulkan kedewasaan diri.

##### 2. Bagi Instansi

- a. Sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi dalam pengambilan keputusan terkait bauran promosi.
- b. Terjalannya hubungan yang saling menguntungkan antara Arkamaya Kusuma Resort dan STIM YKPN Yogyakarta.

3. Bagi STIM YKPN

- a. Diharapkan dapat menjadi referensi dalam penyusunan laporan tugas akhir dengan topik yang serupa dimasa yang akan datang.
- b. Terjalannya hubungan kerja sama antara STIM YKPN dan Arkamaya Kusuma Resort.
- c. Mendapat umpan balik untuk peningkatan kualitas pendidikan mahasiswa lulusan STIM YKPN Yogyakarta.