

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil The Papandayan Hotel



GAMBAR 1.1

Logo The Papandayan

Sumber: data perusahaan, 2018

The Papandayan Bandung terletak di Jalan Gatot Subroto No. 83 Bandung. Nama Hotel Papandayan diambil dari nama lokasi The Papandayan, yaitu jalan Papandayan yang saat ini sudah berubah menjadi Jalan Gatot Subroto. Pemilik Hotel Papandayan yang pertama adalah Bapak Abdul Kadir, hotel ini di bangun pada tanggal 18 Juli 1982, dengan nama PT. Yasmin Interbuana Hotels dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 28 Maret 1989 yang selanjutnya dilakukan *grand opening* pada tanggal 30 Januari 1990 yang diresmikan oleh MENPARPOSTEL Bapak Soesilo Soedarman (alm).

Pada awalnya *management* Hotel Papandayan Bandung masih bergabung di bawah salah satu group perusahaan *management company* yang bernama *Fairmont International Hotels* yang berkantorpusat di Singapore. Dalam perjalanannya hak kepemilikan beralih kepada PT. Kanindo Group dan pada saat itu PT Yasmin Interbuana Hotel berganti nama menjadi PT. Citra Graha Nugratama sekaligus memutuskan kontrak pengelolaannya dengan *Fairmont International Hotels* pada bulan Desember 1991. Pada bulan Desember 1992 PT Kanindo Group menjual hotel ini kepada Detta Marina (PT. Artie Wibawa). Dibawah kepemilikan PT. Detta Marina, hotel ini makin berkembang dengan melakukan renovasi

terhadap seluruh kamar-kamar dan *lobby* dan membangun *Grand Ballroom* (Balai Konferensi) terbesar di Bandung dan peresmian operasionalnya pada tanggal 18 November 1993 oleh Gubernur Jawa Barat, Bapak Nuriana.

Di bulan Juni 1996 Hotel Papandayan Bandung kembali dikelola oleh management hotel yang bernama *Park Plaza International* yang berkantor pusat di Amerika Serikat sampai dengan bulan Januari 1997. Pada tanggal 9 September 1996 PT. Citra Nusa Bangun Persada (Media Indonesia Group) membeli Hotel Papandayan Bandung dari PT. Delta Marina atau PT. Artie Wibawa sampai saat ini. Pada bulan Oktober 2001 dilakukan pembongkaran pada gedung residence, annex, lapangan tenis dan *coffee house* untuk memperluas area parkir dan meningkatkan fasilitas tamu sehingga merubah jumlah kamar dari 245 menjadi 188 kamar dan menambah ruang rapat dan pameran.

The Papandayan Hotel memiliki 172 kamar dan *suite* dengan jenis kamar *The Classic*, *The Premier*, *The Ambassador*, *The Suite* dan *Presidential Suite*. Selain itu hotel ini juga dilengkapi oleh berbagai fasilitas seperti spa, *restaurant*, *meeting room* dan *ballroom*. Fasilitas spa yang ditawarkan dilengkapi oleh *jacuzzi*, *spa treatment rooms*, *steam & sauna*, *fitness centre*, *treatments*, dan *salon hair & beauty*. *Meeting room* dan *ballroom* yang ada di The Papandayan terdiri dari beberapa jenis ruangan, yaitu Suagi *Grand Ballroom*, Cimanuk *Ballroom*, Cisanggarung, Citarik, Citanduy, dan Papandayan 1-6. Seperti nama dari hotelnya, nama-nama *meeting room* dan *ballroom* diambil dari nama-nama wilayah di Bandung.

Kamar-kamar The Papandayan Hotel di *design* sedemikian rupa secara khusus dengan perpaduan antara unsur alam seperti bebatuan khususnya marmer atau kayu yang bertemu dengan unsur-unsur nilai seni tinggi yang menonjolkan pemandangan dan budaya. *Design interior* yang dipilih sangat elegan dengan pilihan warna dominan *gold* dan krem yang semakin menambah kemewahan *design* nya. Selain itu, tidak lupa juga ditambahkan *interior* kamar yang modern dan penataan yang sangat tepat. Perpaduan seluruh nilai tersebut menghasilkan nuansa yang nyaman, intim

dan eksklusif.

The Papandayan Hotel berlokasi di tempat strategis karena mudah diakses. Berlokasi di pinggir jalan raya serta dekat dengan pusat perbelanjaan seperti Trans Studio Mall, 23 Paskal, Bandung Indah Plaza, dan Bandung Electronic Plaza.

Karena keramahan, strategi yang tepat dan juga kerja keras dari seluruh karyawannya, The Papandayan Hotel dua tahun berturut-turut memenangkan penghargaan untuk kategori Indonesia Leading 5 Star Hotel Bandung yang diberikan oleh Indonesia Travel and Tourism Awards (ITTA) *Foundation*, dan mempertahankan *Certificate of Excellence* dari Trip Advisor sejak tahun 2012 lalu.

Layanan lainnya yang diberikan oleh The Papandayan Hotel adalah sebagai berikut:

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1. Resepsionis 24 jam | 19. Restoran |
| 2. Layanan kamar 24 jam | 20. Kotak penyimpanan |
| 3. Antar-jemput bandara | 21. Ruang bersantai bersama |
| 4. Mesin ATM | 22. Layanan <i>shuttle</i> |
| 5. <i>Bar</i> | 23. Area merokok |
| 6. Fasilitas BBQ | 24. Kolam renang <i>outdoor</i> |
| 7. <i>Business center</i> | 25. Kolam renang anak |
| 8. Persewaan mobil | 26. Pijat |
| 9. Tempat parkir mobil | 27. Pusat kebugaran |
| 10. <i>Coffee shop</i> | 28. <i>Sauna</i> |
| 11. <i>Concierge</i> | 29. <i>Spa</i> |
| 12. <i>Lift</i> | 30. Taman |
| 13. Lantai eksekutif | 31. Gratis akses internet |
| 14. Layanan <i>laundry</i> | berkecepatan tinggi baik di |
| 15. Penyimpanan bagasi | tempat umum maupun setiap |
| 16. Fasilitas pertemuan | kamar |
| 17. Koran | |
| 18. <i>Bar</i> tepi kolam | |

1.1.2 Visi dan Misi The Papandayan Hotel

Adapun visi dan misi The Papandayan Hotel adalah sebagai berikut:

Visi:

To become the best 5 star boutique hotel in Bandung with its own unique character of warm, caring hospitality, trusted quality of service and unique innovative products.

Menjadi butik hotel bintang 5 di Bandung dengan karakter unik sendiri melalui kehangatan, kepedulian dalam menerima tamu, kualitas layanan yang terjamin dan inovasi produk yang unik.

Misi:

To provide an exceptional hospitality experience, in a unique city location, by delivering quality service in an atmosphere of professionalism, comfort, openness, and friendliness. We will adhere to the principles of sustainability and environmental responsibility whilst providing excellent returns to our investors and stakeholders.

Menyediakan pengalaman keramahan pelayanan yang luar biasa, di lokasi kota yang unik, dengan menyampaikan kualitas layanan dalam suasana yang profesional, nyaman, terbuka, dan ramah. Kita akan mengikuti prinsip keberlanjutan dan bertanggung jawab kepada lingkungan dan tidak lupa menghasilkan keuntungan yang luar biasa bagi para investor dan pemegang saham.

1.1.3 Jenis Produk dan Layanan

Produk-produk yang ditawarkan oleh The Papandayan adalah sebagai berikut:

a. Akomodasi

The Papandayan Hotel menyediakan kamar sebagai produk utamanya. Jumlah kamar yang disediakan oleh The Papandayan Hotel berjumlah 172 Kamar dengan berbagai jenis kamar, yaitu *The Classic, The Premier, The Ambassador, The suite, dan Presidential Suite*. Suasana yang dibangun di setiap kamarnya adalah mewah dan modern.

Berikut Daftar Fasilitas Lengkap Berbagai Kamar Hotel:

TABEL 1.1
Daftar Fasilitas Berbagai Kamar Hotel

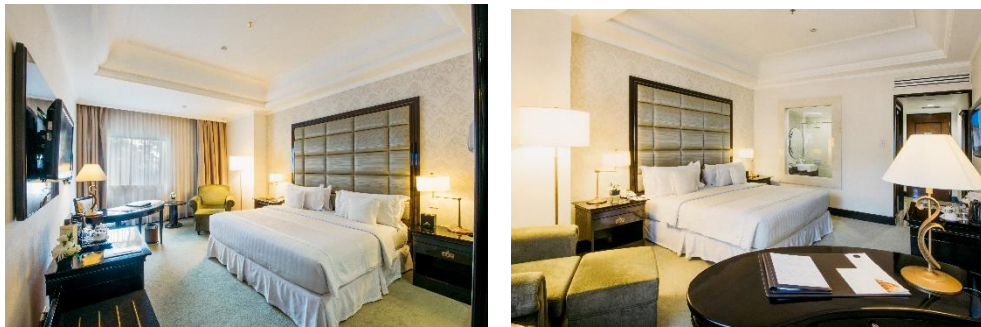
Nilai yang Didapat	<i>The Classic</i>	<i>The Premiere</i>	<i>The Ambassador's Club</i>	<i>The Suites</i>	<i>Presidential Suites</i>
Lokasi	Lantai 1 dan 2	Lantai 3	Lantai 4 dan 5	Ruang Kamar	Ruang Kamar
Dimensi Ruangan	32m	32m	32m	32x2m	160m
Kamar Mandi dan <i>Shower</i> terpisah	-	v	v	v	
Wewangian <i>Cabtree</i> dan <i>Evelyn</i>	-	-	-	-	v
Perlengkapan <i>Spa</i> dan <i>Bath Salt</i>	-	-	-	-	v
<i>Separated Main Room</i>	-	-	-	v	v
<i>Living Room</i>	-	-	-	v	V
<i>Interconnected</i> dengan ruangan berkasur <i>Twin</i>	-	-	-	Sesuai Permintaan	-
Pemandangan Bandung Utara, Gunung Tangkuban Perahu, Bukit Tunggul, Panganten, dan Gunung Burangrang	-	-	-	-	V
Koran lokal dan Internasional	v	v	v	v	V
Majalah	-	-	-	Business	Luxurious
Televisi	32"	32"	32"	2 TV 32"	50", 37", 32"
<i>Home Theatre Sound System</i>	-	-	-	-	V
Wifi Kencang 24 Jam	v	v	v	v	V
Brangkas di dalam kamar dengan akses rechargeable laptop	-	-	-	-	V
Alas <i>Full Karpét</i>	v	v	v	v	V
Lokasi <i>Check In</i>	<i>Lobby</i>	<i>Lobby</i>	Lantai 5	Dalam Kamar	Dalam Kamar
<i>Bathrobes</i> dengan Inisial Tamu	-	-	-	-	V
Dapur Kecil/ <i>Pantry</i>	-	-	-	-	V
<i>Evening Cocktails</i> dan <i>Hors d'Oeuvres</i> di <i>Ambassador Club Lounge</i>	-	-	-	v	V
<i>In Room Breakfast</i>	-	-	-	-	V
24Jam Pelayan Pribadi, <i>Packing, Unpacking</i> dan pelayanan Semir Sepatu	-	-	-	v	V
<i>Secretarial Business Assistant</i>	-	-	-	-	V
Layanan Relaksasi <i>Massage</i> 24 Jam	-	-	-	-	V
<i>Welcome Drink</i>	v	v	v	V	V

(bersambung)

(sambungan)

<i>Welcome</i> (lokal&impor) Buah dengan Coklat <i>Praline&Canape</i>	-	-	-	V	V
Dokter Siaga Siap Dihubungi (24 Jam)	-	-	-	V	V
<i>Free Laundry</i> dan <i>Pressing</i>	-	-	-	3Pcs/hari	24 Jam
Mobil Sekelas <i>Limousine</i> beserta <i>Driver</i>	-	-	-	-	V
Penyewaan mobil (dengan biaya tertentu)	v	v	v	-	-
<i>Meeting Package</i> (Sesuai Permintaan)	v	v	v	-	-

Sumber: Data Perusahaan, diolah oleh penulis



GAMBAR 1.2

Kamar The Classic dan The Premier

Sumber: data perusahaan, 2018



GAMBAR 1.3

The Ambassador Longue

Sumber: data perusahaan, 2018



GAMBAR 1.4

Living Room Presidential Suite

Sumber: data perusahaan, 2018

b. Spa and Relaxation

The Papandayan Hotel tidak hanya menyediakan layanan kamar, namun juga layanan-layanan lainnya yang dapat menambah kepuasan konsumen untuk menikmati The Papandayan Hotel. Layanan *spa and relaxation* yang ditawarkan oleh The Papandayan Hotel antara lain *Edelweiss Spa*, pusat kebugaran dan salon kecantikan. The Papandayan Hotel menggabungkan tingkat terbaik dari layanan dan terapi spa alami, memperkerjakan terapis yang berdedikasi dan profesional akan membantu para tamu untuk bersantai dan melepas kepenatan dengan aroma terapi penyembuhan dan perawatan kecantikan.

Fitness centre memiliki alat-alat olahraga modern yang di *design* dengan nuansa perkotaan. Setelah lelah menghabiskan tenaga di *fitness centre*, The Papandayan juga menyediakan layanan spa dan sauna. Untuk meningkatkan pengalaman spa dan rekreasi yang terbaik, The Papandayan juga menyediakan *Jacuzzi, Spa Treatment Rooms, Steam and Sauna, Fitness Centre, Treatments, dan Salon Hair and Beauty*.

Selain fasilitas-fasilitas tersebut, *Spa Edelweiss* juga dilengkapi oleh:

- a) Instruktur *Fitness* dengan skill khusus, dengan bayaran tertentu
- b) *Spa Program* yang di design khusus
- c) *Relaxation massage* oleh *therapist* yang terlatih
- d) *Hair cut & style, manicure, pedicure, facial, waxing, make up, legs reflection massage*.

- e) Menggunakan kolam renang hotel
- f) Menggunakan *sauna bath*



GAMBAR 1.5

Ruang Spa dan Jacuzzi

Sumber: data perusahaan, 2018



GAMBAR 1.6

Fitness Centre

Sumber: data perusahaan, 2018

c. Dining

The Papandayan Hotel membuat konsep jamuan makan yang sangat menyenangkan pecinta gastronomi dari semua latar belakang. Tamu dapat menikmati *meeting* dengan nyaman di Mirten Lounge sambil meminum kopi dan menyantap *cake*, bersantai dan berkumpul dengan teman dan keluarga di alam terbuka di Hurubatu Grill Garden, makan *buffet* dengan menu masakan Asia dan internasional yang lezat di Pago Restaurant.

Pago Restaurant diambil dari bahasa sunda yang artinya rak bambu atau

kayu yang biasa digunakan untuk menyusun peralatan dapur. *Pago Restaurant* bertujuan untuk menunjukkan keramahan dan keterbukaan keluarga tuan rumah, alias keluarga The Papandayan Hotel. Lingkungan dari restoran ini dibuat seramah mungkin. Dengan konsep internasional dan lokal *buffet* dengan 5 *open kitchen* dengan *Exhibition Kitchen* yang digunakan oleh *Pago Restaurant* dapat menarik banyak pelanggan untuk mengunjungi restaurant ini. Menu yang disajikan juga beragam, mulai dari menu lokal hingga menu internasional.

Suguhan andalan di *Mirten Lounge* ialah kopi, *cake*, *finger foods*, *wine* dan *cocktail*. Nama dari *Mirten Lounge* diambil dari nama tumbuhan obat yang hidup di Gunung Papandayan. Sambil menikmati kopi atau *finger foods* di *Mirten Lounge*, di malam hari *live* pianis akan hadir menemani tamu atau juga dengan CD dengan nada lembut sebagai *background*. *Mirten Lounge* berlokasi di sebelah kiri *lobby* karena sudah seharusnya menunjukkan konsep dan suasana santai kepada tamu sejak tamu datang. Ini adalah tempat dimana tamu akan berkumpul untuk melakukan pertemuan bisnis secara non-formal.

Restaurant lainnya yang ada di The Papandayan adalah *Hurubatu Grill Garden* yang namanya diambil dari tanaman obat di Gunung Papandayan. Lokasinya terletak bersisian dengan *ballroom* yang juga dekat dengan *pool* The Papandayan Hotel yang mana akan menjadi lokasi tepat untuk bersantai ditemani dengan pemandangan Gunung Tangkuban Perahu.



GAMBAR 1.7

Mirten Lounge

Sumber: data perusahaan, 2018



GAMBAR 1.8

Hurubatu Grill Garden

Sumber: data perusahaan, 2018



GAMBAR 1.9

Pago Restaurant

Sumber: data perusahaan, 2018

d. Pertemuan

Terdapat beberapa *meeting room* hingga *ballroom* di The Papandayan Hotel yang dapat digunakan untuk acara pertemuan bisnis atau tempat acara spesial yang dibangun dengan menonjolkan kemegahannya. Terdapat Suagi *Ballroom* yang menghadap ke kolam renang dan berlatarkan pemandangan gunung dari kejauhan yang dapat menampung 1000 penerimaan dan 400 duduk. Cimanuk *Ballroom* juga merupakan *ballroom* yang dapat menampung 300 tamu atau 240 duduk. Diluar dari itupun masih tersedia 6 *meeting room* lainnya yang sangat fleksibel dan dapat menampung 10 hingga 60 orang.



GAMBAR 1.10

Suagi Ballroom

Sumber: data perusahaan, 2018



GAMBAR 1.11

Meeting Room

Sumber: data perusahaan, 2018

e. Pernikahan

Pengunjung dapat melakukan resepsi pernikahan di The Papandayan Hotel dengan konsep megah, mewah, dan akan selalu terkenang sepanjang masa.



GAMBAR 1.12

Resepsi di The Papandayan Hotel

Sumber: www.thepapandayanhotel.com

1.1.4 Logo dan Makna Logo The Papandayan Hotel

Adapun logo dan maknanya The Papandayan Hotel adalah sebagai berikut:



GAMBAR 1.13

Logo The Papandayan Hotel

Sumber: www.thepapandayan.com, 2018

Logo The Papandayan Hotel terdiri dari segitiga dengan gambar bunga yang elegan ditengahnya dengan ujung yang melingkar. Apabila dilihat dari kejauhan sekilas segitiga ini terlihat seperti gunung yang mencerminkan seperti namanya, Gunung Papandayan. Segitiga ini pun tidak jauh dari kesan mewah yang menunjukkan keeleganan The Papandayan Hotel. Dibawahnya terdapat tulisan “The Papandayan” yang merupakan nama dari hotel The Papandayan itu sendiri agar logo lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas. Warna yang dipilih pun cokelat-kuning keemasan. Warna ini dipilih karena warna ini terkesan elegan, sehingga semakin membangun citra The Papandayan Hotel dari logonya.

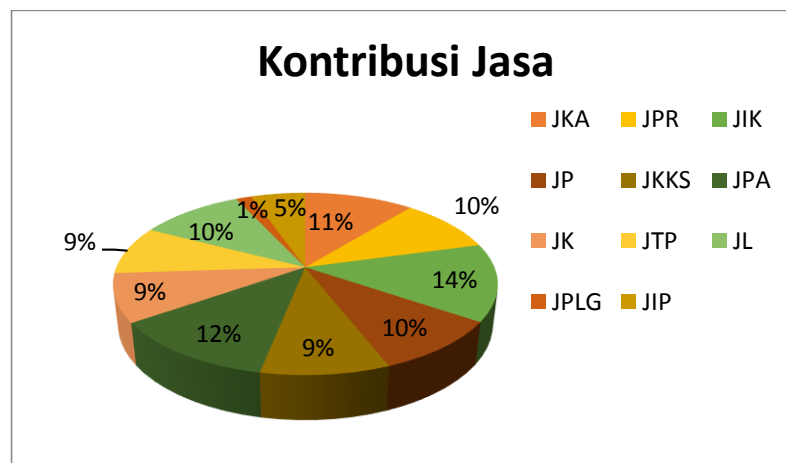
1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia berjalan cukup pesat beberapa tahun terakhir. Hal ini merupakan salah satu dampak positif dari Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang membentuk sistem perdagangan bebas antara negara-negara anggota ASEAN. Tak hanya dampak positif, MEA juga memiliki dampak negatif yaitu peluang bagi pengusaha asing mendirikan usaha dan turut bersaing dengan pengusaha lokal pun semakin besar. Untuk dapat tetap bersaing atau bahkan unggul dalam persaingan, pengusaha lokal harus mengikuti *trend* pasar yang sedang berlaku, melakukan perubahan-perubahan, dan menciptakan diferensiasi dari kompetitor lainnya.

Perkembangan bisnis beberapa tahun belakangan ini terjadi di hampir

seluruh bidang industri, termasuk industri bidang jasa. Menurut RISETDIKTI (14/04/2016), sektor industri jasa berkontribusi meningkatkan PDB nasional dari 45% di tahun 2010 menjadi 55% di tahun 2012 serta mampu menciptakan 21,7 juta lapangan pekerjaan dalam kurun waktu tahun 2000-2010. industri jasa itu sendiri terbagi menjadi 11 sektor yaitu sektor Jasa Keuangan dan Asuransi (JKA), Jasa Perusahaan (JPR), Jasa Informasi dan Komunikasi (JIK), Jasa Pendidikan (JP), Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial (JKKS), Jasa Penyedia Akomodasi dan Makan Minum (JPA), Jasa Konstruksi (JK), Jasa Transportasi dan Pergudangan (JTP), Jasa Lainnya (JL), Jasa Pengadaan Listrik dan Gas (JPLG), dan Jasa Industri Pengolahan (JIP).

Berdasarkan data dari Pengolahan Data Kementerian Perindustrian, kontribusi jasa terhadap PDB Indonesia dari tahun 2012-2015 adalah sebagai berikut:



GAMBAR 1.14
Pembagian Kontribusi Jasa Tahun 2012-2015

Sumber: kemenperin.go.id, 2017

Menurut data Menteri Perindustrian yang telah dijabarkan di gambar diatas, dapat dilihat bahwa Jasa Informasi dan Komunikasi (JIK) berada di penyumbang PDB terbesar yaitu sekitar 14% dan Jasa Penyedia Listrik dan Gas berada di tingkat terendah yaitu sekitar 1%. Jasa Penyedia Akomodasi dan Makan Minum juga menghasilkan 12% dari PDB Industri Jasa yang terbilang cukup besar.

Dari 12% PDB yang dihasilkan industri sektor Jasa Penyedia Akomodasi dan Makan Minum, 9,51% berasal dari hasil Industri Jasa Penedia Akomodasi dan Industri Makan Minum memberikan 2,49% dari hasil PDB yang dihasilkan. Hal ini menjelaskan bahwa industri perhotelan di Indonesia sedang berada di masa

perkembangan dimana banyak hotel-hotel baru bermunculan baik yang dimiliki oleh pengusaha lokal ataupun pengusaha asing. Secara tidak langsung, dapat disimpulkan bahwa persaingan antar hotel yang terjadi di Indonesia sangat ketat. Pebisnis hotel berlomba-lomba memberikan *service* terbaiknya agar dapat memperoleh keuntungan yang besar.

Selain karena perkembangan jumlah hotel yang ada, secara tidak langsung perkembangan ekonomi juga dipengaruhi oleh banyaknya wisatawan nusantara yang berkunjung ke daerah-daerah di Indonesia. Seperti yang dikutip dari Marketeers.com, data Kemenpar secara kumulatif sejak Januari-Oktober 2017 menunjukkan jumlah wisatawan nusantara mencapai 252.569.465. Menteri Pariwisata Arief Yahya menjelaskan bahwa jumlah wisatawan nusantara Januari-Oktober 2017 lebih tinggi 14% dibandingkan target yang ditetapkan sebesar 221,5 juta wisatawan nusantara. Target 265 juta wisatawan nusantara pada 2017 pun diyakini Arief akan tercapai. Pasalnya, target wisatawan nusantara per November 2017 sebesar 19,5 juta dan Desember 2017 sebesar 24 juta, sedangkan angka pragnosa wisatawan nusantara di bulan sebelumnya berkisar 20 juta hingga 27 juta (marketeers.com, 2018).

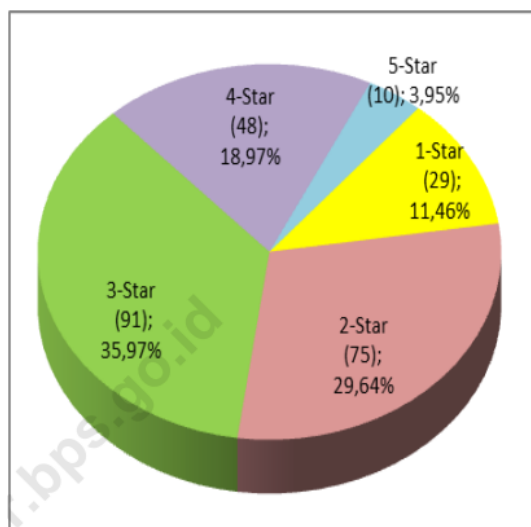
Industri perhotelan merupakan industri jasa gabungan dari produk yang disediakan dan layanan yang diberikan. Produk yang disediakan mulai dari suasana yang dibangun, interior dan ekterior ruangan, *furniture* yang digunakan, *restaurant*, kolam renang, *spa&sauna*, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang ada di hotel tersebut. selain itu juga industri perhotelan menawarkan layanan jasa yang diberikan seperti sopan-santun, ketanggapan, keramahan, kehandalan, dan keterampilan staff hotel dalam melayani tamu. Jenis-jenis hotel pun terbagi menjadi 5 jenis, yaitu Hotel Bintang 5, Hotel Bintang 4, Hotel Bintang 3, Hotel Bintang 2, Hotel Bintang 1. Kelas-kelas hotel dibagi berdasarkan klasifikasi-klasifikasi yang sudah ditetapkan, yaitu sebagai berikut:

TABEL 1.2
Klasifikasi Hotel Berdasarkan Kelas

Klasifikasi Hotel	Keterangan
Bintang 1	Jumlah minimum kamar standar 15
	Kamar mandi di dalam
	Luas minimum kamar standar 20 m ²
Bintang 2	Jumlah minimum kamar standar 20
	Jumlah minimum kamar suite 1
	Kamar mandi di dalam
	Luas minimum kamar standar 22 m ²
	Luas minimum kamar suite 44 m ²
	Pintu kamar dilengkapi pengaman
	Harus ada lobby
	Tata udara dengan AC/Ventilasi
	Kapasitas penerangan minimum 150 Lux
	Terdapat sarana olahraga dan rekreasi
Bintang 3	Ruangan dilengkapi dengan tata udara dengan pengatur udara
	Memiliki bar
	Jumlah minimum kamar standar 30
	Jumlah minimum kamar suite 2
	Kamar mandi di dalam
	Luas minimum kamar standar 24 m ²
	Luas minimum kamar suite 48 m ²
	Kamar memiliki toilet sendiri
	Memiliki sarana rekreasi dan olahraga
	Kamar dilengkapi dengan AC suhu minimal 24 derajat Celcius
Bintang 4	Tersedia restoran yang menawarkan hidangan diatas rata-rata pada saat sarapan, makan siang, dan makan malam.
	Memiliki valet parking
	Jumlah minimum kamar standar 100
	Jumlah minimum kamar suite 4
	Kamar mandi di dalam
	Luas minimum kamar standar 24 m ²
	Luas minimum kamar suite 48 m ²
	Memiliki lobby dengan luas minimum 100 m ²
	Memiliki bar
	Memiliki sarana rekreasi dan olahraga
Bintang 5	Kamar mandi dilengkapi dengan instalasi air panas/dingin
	Memiliki toilet umum
	Jumlah minimum kamar standar 100
	Jumlah minimum kamar suite 4
	Kamar mandi di dalam
	Luas minimum kamar standar 26 m ²
	Tempat tidur dan <i>furniture</i> di dalam kamar kualitas no 1
	Terdapat restoran dengan layanan antar kamar selama 24 jam dalam seminggu
	Terdapat pusat kebugaran, valet parking, dan service dari concierge dengan pengalaman matang

Sumber: jenishotel.info

Pulau Jawa terutama Jawa Barat merupakan salah satu pusat kegiatan bisnis pariwisata di Indonesia karena memiliki banyak tempat-tempat wisata. Hal ini dapat ditunjukkan dari jumlah hotel berbintang yang ada di Jawa Barat. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistika (BPS) pada tahun 2014, jumlah hotel berbintang di Jawa Barat ada sejumlah 1.681 hotel, 56.156 kamar, dan 91.109 kamar yang tersedia di seluruh daerah baik kota dan kabupaten di Jawa Barat. Pada tahun 2014 usaha hotel berbintang yang terbanyak adalah hotel bintang 3, yaitu 91 usaha (35,97%) dengan 7.274 kamar (31,62%), diikuti oleh hotel bintang 2 sebanyak 75 usaha (29,64%) dengan jumlah kamar 4.947 (21,50%). Di urutan ke tiga hotel bintang 4 sebanyak 48 usaha dengan jumlah kamar 7.571 kamar. (sumber: Jabar.bps.go.id, 2018)



GAMBAR 1.15

Distribusi Jumlah Jenis-jenis Hotel

Sumber: Badan Pusat Statistika, 2018

Menurut marketers.com (12 April 2016), data PHRI Jawa Barat terlampir bahwasanya terdapat 473 hotel yang ada di Bandung dengan total kamar sebanyak 26.000 unit sedangkan pada akhir tahun 2016, terdapat 30 hotel yang baru dibangun sehingga hotel bertambah menjadi 500 hotel dengan total kapasitas kamar sebesar 30.000 kamar. Berdasarkan data dari website Bandungtourism.com, terdapat 9 hotel bintang 1, 15 hotel bintang 2, 32 hotel bintang 3, 22 hotel bintang 4, dan 8 hotel bintang 5.

Banyaknya jumlah hotel di satu kota membuat manajemen hotel saling berlomba menjadi hotel terbaik, terutama hotel Bintang 5. Hotel Grand Aquila Bandung, Grand Preanger, Grand Royal Panghegar, Green Hill Hotel, Hilton, Hyatt Regency Bandung, Sheraton Bandung Hotel & Tower, dan The Papandayan merupakan hotel-hotel berbintang 5 yang ada di kota Bandung. Dengan keadaan persaingan yang ketat, hotel bintang 5 dituntut terus memperbaiki produk lama nya agar terus meningkat dan tidak lupa memberikan produk baru tanpa mengesampingkan kualitas layanan yang tinggi agar dapat selalu menjadi pilihan utama dan selalu diingat para tamu.

Salah satu hotel berbintang 5 yang sudah berhasil mempertahankan keberlangsungan usahanya sejak tahun 1990 dan terus mendapat posisi tersendiri di hati para tamunya adalah The Papandayan Hotel. The Papandayan Hotel adalah hotel yang bertujuan untuk menjadi hotel bintang 5 yang unggul di Bandung dengan karakter unik sendiri melalui kehangatan, kepedulian dalam menerima tamu, kualitas layanan yang terjamin dan inovasi produk yang unik. Untuk mewujudkan tujuannya, The Papandayan Hotel menyediakan pengalaman keramahan pelayanan yang luar biasa, di lokasi kota yang unik, dengan menyampaikan kualitas layanan dalam suasana yang profesional, nyaman, terbuka, dan ramah. Kita akan mengikuti prinsip keberlanjutan dan bertanggung jawab kepada lingkungan dan tidak lupa menghasilkan keuntungan yang luar biasa bagi para investor dan pemegang saham.

Tidak lupa juga The Papandayan melakukan *service quality check* secara berkala agar kualitas layanan yang diberikan tidak akan menurun dan kesalahan-kesalahan yang telah terjadi dapat terus diperbaiki. Dengan begitu, The Papandayan Hotel dapat terus menjalin hubungan baik dengan pelanggan lama sehingga pelanggan lama akan loyal dengan perusahaan. Tak hanya pelanggan lama, perusahaan pun melakukan upaya lainnya untuk menarik perhatian calon-calon tamu dan meningkatkan brand awarness calon tamu dan tamu lama. Salah satu upaya tersebut ialah *Advertising Campaign*.

Advertising campaign ini berupa pengenalan sisi lain dari The Papandayan Hotel dengan cara menunjukkan kepada masyarakat melalui media online, mulai dari *website*, *social media*, hingga media massa *online*. Kampanye ini menunjukan kegiatan-kegiatan yang bisa dilakukan di The Papandayan Hotel, *lifestyle* tamu The

Papandayan Hotel, dan kenyamanan yang diberikan oleh The Papandayan Hotel. *Tagline* yang digunakan adalah “*Where You Can Experience a Balance in Life*”. Tujuan dari kampanye ini bukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung, melainkan untuk meningkatkan *brand awarness* masyarakat terhadap The Papandayan Hotel dan juga *tools* untuk tampilan baru *website* The Papandayan. Setelah masyarakat mengenal The Papandayan seutuhnya, citra merek perusahaan akan semakin baik dan kemungkinan masyarakat yang akan menjadi tamu akan meningkat sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan penjualan The Papandayan Hotel.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk menelakukan penelitian mengenai “Tinjauan Service Quality dan Program Ad Campaign di The Papandayan Hotel Bandung Tahun 2018”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan permasalahan yang ingin diungkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana *Service Quality* The Papandayan Hotel Bandung?
- b. Bagaimana *pelaksanaan program Ad Campaign The Papandayan Hotel Bandung*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui tujuan penelitian yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana *Service Quality* The Papandayan Hotel Bandung
- b. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Ad Campaign The Papandayan Hotel Bandung*.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis akan menetapkan batasan-batasan permasalahan dalam penelitian

sebagai berikut:

- a. Pembahasan permasalahan ini hanyalah seputar *service quality* yang diberikan dan pelaksanaan *advertising campaign* yang dilakukan oleh The Papandayan Hotel
- b. Periode penelitian dimulai dari bulan September 2017 – Februari 2018
- c. Objek penelitian adalah The Papandayan Hotel

1.6 Kegiatan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam dunia pendidikan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran. Sebagai dokumentasi untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dan memberikan pengetahuan tentang *service quality* dan *advertising campaign*. Serta memberikan masukan kepada penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan lebih kepada pembaca.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi The Papandayan Hotel pada khususnya agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka panjang dan bagi pengusaha *hospitality* pada umumnya, dimana hal itu dapat memberikan inspirasi-inspirasi terkait *Service Quality* agar perusahaan dapat semakin berkembang di masa yang akan datang.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas seperti teori manajemen pemasaran, jasa, pemasaran jasa (karakteristik jasa), bauran pemasaran jasa, *dimensi Service Quality*, dan teori *advertising campaign*. Adapun hal-hal yang harus di lengkapi seperti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dan pembahasan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu tentang *service quality* dan *advertising campaign*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan berkaitan dengan *service quality* dan *advertising campaign* yang diberikan oleh penulis.