

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, perkembangan dan persaingan industri perhotelan melaju sangat cepat. Dengan banyaknya pertumbuhan membuat para pelaku bisnis harus mampu memutar otak agar hotel mereka mampu bertahan di dalam persaingan yang ketat. Perkembangan industri perhotelan cukup melonjak terutama di kota-kota besar yang memiliki banyak daya tarik wisata seperti di kota Bandung. Kota Bandung yang biasa disebut Kota Kembang adalah salah satu kota terbesar di Indonesia yang memiliki banyak pesona, kota ini menyediakan banyak tempat menarik yang patut dikunjungi. Hal ini memicu tingginya kebutuhan wisatawan akan perusahaan jasa.

Berikut data jumlah pengunjung wisatawan mancanegara ke Jawa Barat melalui bandara Husein Sastranegara:

Tabel 1.1

**Data Jumlah Kunjungan Wisman ke Kota Bandung Melalui Bandara Periode Juli 2018-
November 2018**

No.	Bulan (tahun 2018)	Jumlah pengunjung wisatawan
1	Juli 2018	12.690
2	Agustus 2018	13.627
3	September 2018	13.328
4	Oktober 2018	13.850
5	November 2018	14.189

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2018

Berdasarkan tabel 1.2 terjadi peningkatan signifikan kunjungan wisatawan dari bulan Juli 2018-Agustus 2018 sebanyak 937 wisatawan, sedangkan pada bulan Agustus 2018-September 2018 terjadi penurunan kunjungan wisatawan sebanyak 299 wisatawan, lalu dibulan September 2018-Oktober 2018 terjadi peningkatan kunjungan lagi sebanyak 522 wisatawan dan yang terakhir terjadi kenaikan

kunjungan wisatawan di bulan Oktober 2018-November 2018 sebanyak 339 wisatawan.

Dengan semakin berkembangnya industri pariwisata di Jawa Barat menyebabkan meningkatnya kebutuhan wisatawan akan akomodasi jasa. Salah satu contoh dari akomodasi jasa adalah hotel, setiap hotel berlomba-lomba membuat strategi promosi yang menarik untuk meningkatkan pendapatan hotel. Sheraton Bandung Hotel&Towers merupakan salah satu hotel bintang 5 (lima) yang berada di kota Bandung yang memiliki beberapa outlet *food and beverage* dengan berbagai macam promosi produk dan *event*.

Sekarang ini tingkat pembelian konsumen di seluruh outlet yaitu *Feast Restaurant, Samsara Lounge* dan *Toastina Coffee Shop and Pastry* mengalami penurunan dan kenaikan yang tidak stabil. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Jumlah Kunjungan Tamu Seluruh Outlet Food and Beverage Periode Agustus 2018-Januari 2019

No.	Periode (Bulan)	Jumlah Pengunjung di Seluruh Outlet <i>Food and Beverage</i>
1.	Agustus 2018	9.923
2.	September 2018	8.871
3.	Oktober 2018	9.261
4.	November 2018	12.276
5.	Desember 2018	14.786
6.	Januari 2019	10.230

Sumber : *Food and Beverage Sales Executive, 2019*

Tabel 1.2 merupakan jumlah data pembeli yang berkunjung di seluruh outlet *Food and Beverage* pada periode Agustus 2018-Januari 2019, data tersebut menunjukkan terjadinya kenaikan dan penurunan kunjungan tamu. Dimana penurunan terjadi pada bulan Agustus 2018-September 2018 sebanyak 1.052 orang, kemudian terjadi kenaikan dibulan September 2018-Oktober 2018 sebanyak 390 orang, setelah itu terjadi kenaikan yang signifikan dibulan Oktober 2018-

November 2018 sebanyak 3.051 orang, lalu terjadi kenaikan kembali pada bulan Desember sebanyak 2.510 orang dan yang terakhir terjadi penurunan yang signifikan jumlah kunjungan tamu dibulan Desember 2018-Januari 2019 sebanyak 4.556 orang. Hal ini bisa disebabkan karena aktivitas pemasaran yang dilakukan kurang maksimal dalam mempromosikan produk atau *event-event* yang dilaksanakan oleh *food and beverage department*. Pada umumnya dalam suatu hotel yang memiliki tanggung jawab memasarkan produk *food and beverage* adalah *sales and marketing department*. Namun berbeda dengan hotel lain, Sheraton Bandung Hotel&Towers memiliki *sales person* khusus bagi *food and beverage department* yaitu *food and beverage sales executive*

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana peranan *food and beverage sales executive* dalam membangun strategi agar *revenue* yang dihasilkan stabil atau bahkan memingkat. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Peranan *Food and Beverage Sales Executive* Dalam Meningkatkan *Revenue* di Sheraton Bandung Hotel & Towers** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah

1. Bagaimana peranan yang dilakukan *Food and Beverage Sales* dalam meningkatkan revenue Sheraton Bandung Hotel & Towers?
2. Bagaimana strategi *Food and Beverage Department* dalam meningkatkan revenue Sheraton Bandung Hotel & Towers ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka dibangun strategi-strategi untuk meningkatkan pendapatan hotel . Adapun tujuan dalam penyusunan Proyek Akhir ini yaitu:

1. Untuk menganalisis peran yang dilakukan *Food and Beverage Sales* dalam meningkatkan revenue Sheraton Bandung Hotel & Towers.

2. Untuk menganalisis strategi Food and Beverage Department dalam meningkatkan revenue Sheraton Bandung Hotel & Towers.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Program Studi Perhotelan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi guna melengkapi bahan studi pustaka bagi pihak yang membutuhkan informasi mengenai peran Food and Beverage Sales dalam meningkatkan revenue hotel.

2. Bagi Peneliti Lebih Lanjut

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai informasi yang berkaitan dengan isi penelitian.

3. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini penulis dapat mengaplikasikan pengalaman dan pengetahuan berdasarkan ilmu dan teori yang didapat selama masa perkuliahan dan selama penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai salah satu strategi dalam mengembangkan dunia perhotelan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Sheraton Bandung Hotel&Towers guna untuk merumuskan strategi promosi sehingga berdampak pada peningkatan jumlah *revenue* di Sheraton Bandung Hotel&Towers.