

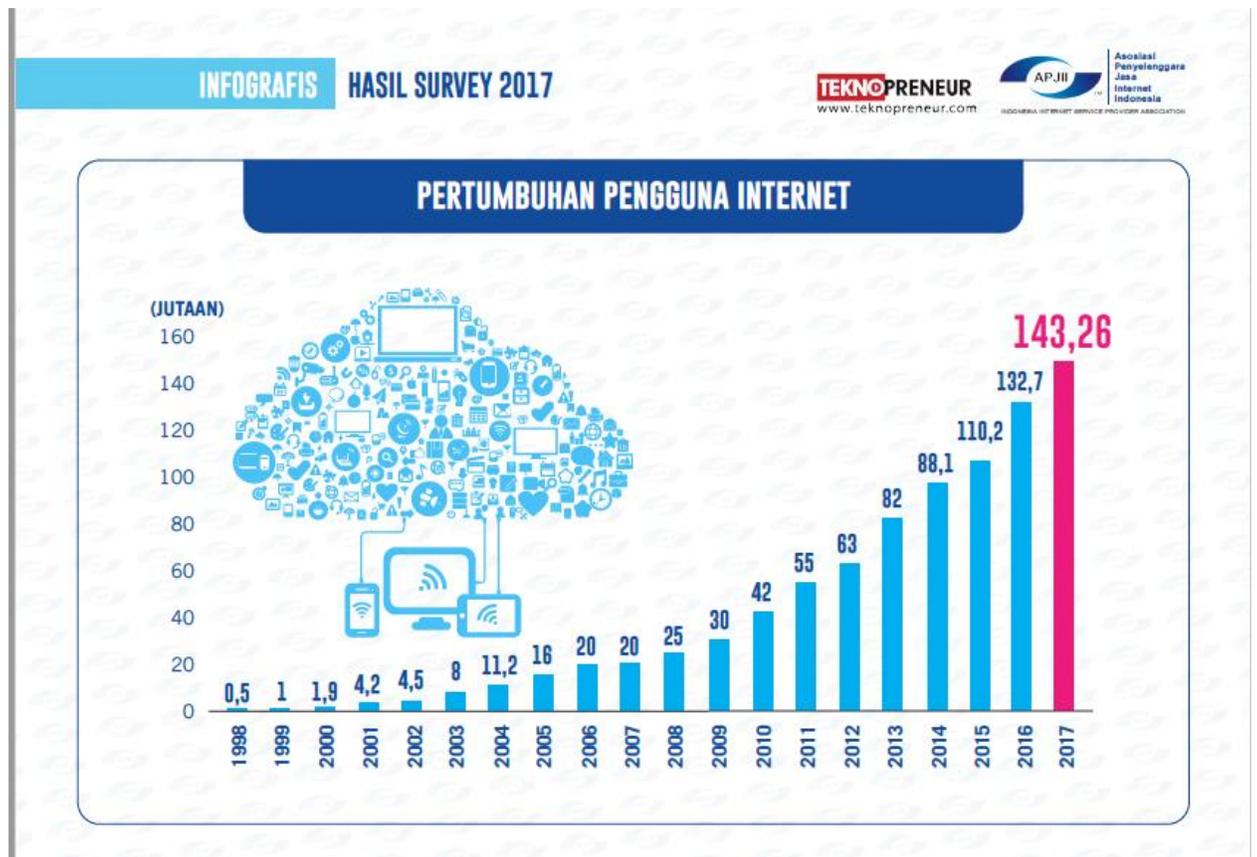
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Lokasi dari penelitian ini adalah Villa Arriza yang terletak di Villa Istana Bunga, Lembang, Bandung. Usaha ini bergerak di bidang penginapan yang dimana biasa disewakan dalam jangka waktu sehari atau bahkan lebih. Fasilitas yang diberikan pun cukup memadai sesuai dengan harga dan kualitas kondisi villa. Usaha bidang penginapan ini mulai berkembang dikarenakan banyaknya minat untuk berkumpul bersama keluarga maupun untuk organisasi, wilayah yang terutama dicari untuk villa itupun biasanya berada di suasana yang menyejukkan dan pemandangan yang indah. Dengan kemudahan dan tingginya tingkat pengguna akses teknologi membuat komunikasi atau transaksi lebih mudah untuk mendapatkan informasi-informasi secara digital untuk mengembangkan usaha. Kota Bandung sedang menjadi pusat tempat pengunjung atau wisatawan, tidak hanya tempat hiburan tetapi informasi tentang penginapan adalah hal yang paling diutamakan oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Bidang penginapan maupun bisnis lainnya mulai bertransformasi, segala urusan dapat diakses dengan cepat. Untuk mengembangkan strategi pemasaran beberapa perusahaan menggunakan strategi yang berbasis digital.

Penentuan strategi pemasaran harus dilakukan dengan analisis lingkungan dan internal perusahaan, serta dengan menggunakan analisis kekuatan dan kelemahan, analisis peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dengan teknologi transformasi digital kepuasan terhadap pelanggan adalah hal yang harus dipenuhi oleh suatu setiap perusahaan, karena hal ini menjadi kunci utama setiap usaha agar terus berkembang. Peningkatan pengguna internet dan *smartphone* terus berkembang pesat, hal ini menunjukkan perekonomian terus mengikuti perkembangan di era yang serba digital. Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai landasan untuk merancang dan menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang. Maka dari itu penerapan strategi pemasaran berbasis digital adalah hal yang tepat untuk Villa Arriza yang mulanya hanya sebatas usaha konvensional menjadi berbasis digital, dengan pengaruh

digitalisasi ini maka diharapkan Villa Arriza dapat meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatannya.



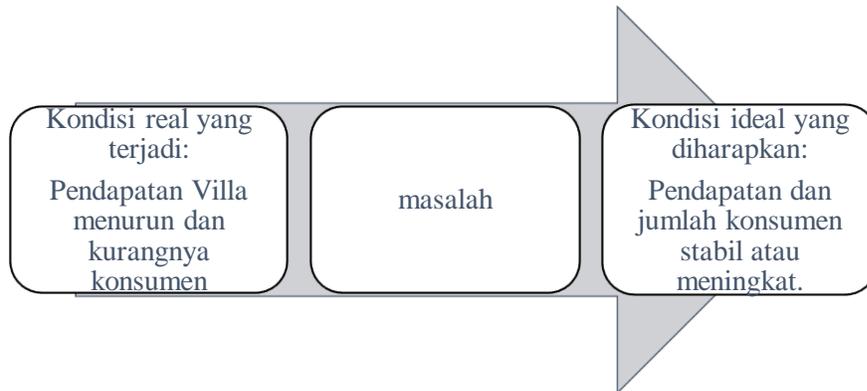
Gambar I.1 Grafik pengguna internet dan *smartphone*

(Sumber: APJII, Internet, 2017)

Kondisi objek kajian yang kali ini dikaji adalah penginapan atau villa yang belum memiliki akses digital yang dimana pemilik merasa kesulitan saat memasarkan villa nya karena banyaknya villa pesaing yang berada di lingkungan tersebut, bagaimana cara menghitung pemasukan, dan mengetahui seberapa sering nya villa tersebut kosong atau tidak ada penyewa. Kondisi tersebut mencerminkan suatu symptom dari masalah yang sedang dihadapi. Masalah dari sistem tersebut adalah kurangnya strategi pemasaran karena hanya sebatas keterangan biasa yang ada di *website* sehingga pada era modern ini akses informasi sangat mudah didapatkan melalui internet.

Dari masalah-masalah yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya, dapat difokuskan menjadi satu buah masalah yang akan dicoba, dikaji, dan diselesaikan

melalui penelitian ini. Masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah membuat dan merancang strategi pemasaran yang berbasis digital pada usaha penginapan villa di Lembang. Masalah tersebut dipilih untuk menjadi fokus pada kajian ini karena seperti yang telah disebutkan sebelumnya dimana pemilik merasa kesulitan untuk memasarkan villa, menghitung jumlah keuntungan, dan mengetahui seberapa sering villa tersebut kosong.

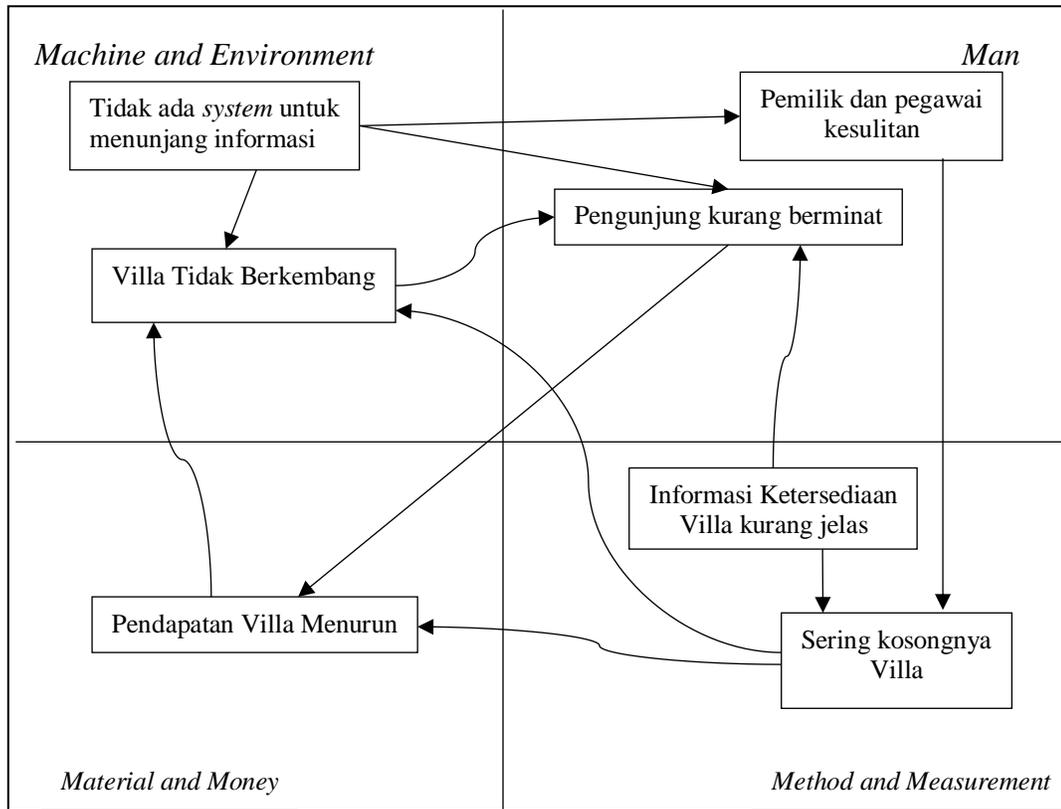


Gambar I.2 Diagram Ideal-Realita Permasalahan pada Villa Arriza

Adapun permasalahan yang menjadi fokus tersebut dapat dipahami lebih lanjut menggunakan diagram ideal-real sebagaimana terlampir pada gambar I.2. Kondisi real yang kini terjadi dalam objek kajian adalah villa yang mengalami penurunan jumlah konsumen dan berpengaruh ke pendapatan dikarenakan banyaknya pesaing. Sedangkan kondisi ideal yang diharapkan dapat terjadi pada objek kajian adalah villa yang memiliki pendapatan dan konsumen yang stabil atau meningkat. Gap yang terjadi tersebut adalah suatu masalah yang dihadapi oleh Villa Arriza. Maka diperlukan suatu solusi yang dapat mengubah kondisi real menjadi ideal.

Masalah tersebut terdapat dalam satu buah subproses dari keseluruhan proses perusahaan. Proses yang menjadi fokus dari permasalahan tersebut adalah proses penyewaan satu rumah atau villa dalam strategi pemasarannya. Maka proses yang dikaji adalah masalah yang telah dikemukakan merupakan *symtomp* atau gejala dari suatu akar masalah yang perlu didalami lebih lanjut. Diperlukan suatu *tools* yang dapat diterapkan untuk mengkaji secara lebih mendalam akar dari masalah sehingga

didapatkan solusi yang tepat. Beberapa *tools* yang dapat digunakan adalah *Interrelationship Diagram* dan 5 WHY.



Gambar I.3 *Interrelationship Diagram*

Gambar I.3 menjelaskan tentang *interrelationship diagram* yang dikaji untuk mendalami masalah yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya. Penjelasan dari diagram tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel I.1 Penjelasan *Interrelationship Diagram*

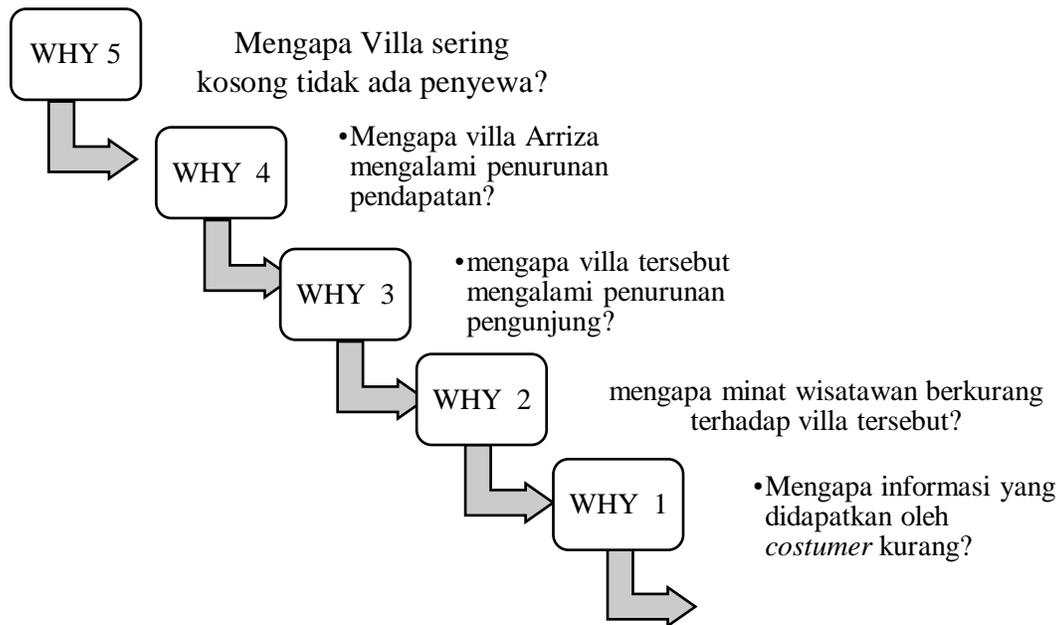
Anak Panah	Akibat	Sebab	Kategori	Penjelasan
1	Pendapatan Villa Menurun	Pengunjung kurang berminat	<i>Material and Money</i>	Jika pengunjung kurang berminat untuk menyewa villa maka mengakibatkan pendapatan villa menurun.

Anak Panah	Akibat	Sebab	Kategori	Penjelasan
2	Pendapatan Villa Menurun	Sering kosong nya villa	<i>Material and Money</i>	Karena sering kosong nya villa tidak ada pengunjung maka pendapatan pun menurun.
3	Villa Tidak Berkembang	Pendapatan Menurun	<i>Machine and Environment</i>	Dikarenakan pendapatan villa menurun maka mengakibatkan villa tidak berkembang.
4	Villa tidak Berkembang	Sering Kosongnya villa	<i>Machine and Environment</i>	Sering kosong villa pun mengakibatkan villa tidak berkembang dengan baik atau semestinya.
5	Villa tidak Berkembang	Tidak ada <i>system</i> untuk menunjang informasi	<i>Machine and Environment</i>	Tidak ada <i>system</i> untuk menunjang informasi mengakibatkan juga villa kurang berkembang.
6	Pengunjung tidak berminat	Villa tidak Berkembang	<i>Machine and Environment</i>	Karena villa yang kurang berkembang maka pengunjung pun kurang berminat.
7	Pengunjung tidak berminat	Tidak ada <i>system</i> untuk menunjang informasi	<i>Man</i>	Pengunjung kurang berminat karena minim nya <i>system</i> informasi yang bisa langsung secara daring.
8	Pengunjung tidak berminat	Informasi Ketersediaan Villa kurang jelas	<i>Method and Measurement</i>	Karena minim nya informasi maka pengunjung tidak mengetahui informasi tentang villa tersebut.

Anak Panah	Akibat	Sebab	Kategori	Penjelasan
9	Tidak ada <i>system</i> untuk menunjang informasi	Pemilik dan pegawai kesulitan	<i>Method and Measurement</i>	Tidak adanya <i>system</i> yang menunjang informasi maka menyulitkan pegawai dan pemilik villa karena masih menggunakan data manual.
10	Informasi Ketersediaan Villa kurang jelas	Sering kosongnya Villa	<i>Method and Measurement</i>	Sering kosongnya villa disebabkan juga oleh informasi ketersediaan villa yang kurang jelas.
11	Pemilik dan pegawai kesulitan	Sering kosongnya Villa	<i>Method and Measurement</i>	Sering kosong villa membuat pemilik dan pegawai kesulitan. Dikarenakan tidak adanya pemasukan untuk villa.

Dari seluruh kandidat akar masalah tersebut, dipilihlah satu buah akar masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini. Akar masalah yang dipilih adalah sistem informasi atau penunjang informasi bagi villa Arriza. Alasan dari pemilihan akar masalah tersebut untuk dikaji dan diselesaikan adalah *system* yang tersedia di *platform* bagi Villa Arriza agar lebih memudahkan pengguna atau *customer* dengan akses secara digital.

Akar masalah tersebut lalu dapat dikaji kembali menggunakan metode 5 *WHY* untuk didalami apa penyebab dari penyebab suatu permasalahan yang terjadi dalam sistem. Analisis 5 *WHY* tersebut diilustrasikan dalam gambar I.4.



Gambar I.4 5WHY Diagram

Penjelasan dari penentuan poin analisis 5WHY perlu dijelaskan secara terperinci sebagaimana dijelaskan berikut:

Why 5: mengapa villa tersebut kosong tidak ada penyewa? Hal ini dapat mengakibatkan pendapatan villa menurun.

Why 4: mengapa pendapatan villa Arriza mengalami penurunan pendapatan? Hal ini dapat terjadi karena minat dari wisatawan yang berkurang.

Why 3: mengapa villa tersebut mengalami penurunan pengunjung? Hal ini dapat disebabkan oleh minimnya informasi yang didapatkan.

Why 2: mengapa minat wisatawan berkurang terhadap villa tersebut? Hal ini mungkin disebabkan oleh minimnya system penunjang informasi yang didapatkan.

Why 1: mengapa informasi yang didapatkan oleh *customer* kurang? Hal ini dapat terjadi karena kurangnya informasi yang beredar di internet.

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan metode 5WHY tersebut, maka didapatkan akar inti dari masalah yang terjadi pada sistem yaitu memaksimalkan strategi pemasaran terhadap Villa Arriza dengan menggunakan teknologi berbasis

digital transformation. Kajian kali ini diharapkan mampu untuk menganalisa solusi yang mungkin terjadi pada akar masalah tersebut.

Untuk menyelesaikan masalah tersebut terdapat beberapa solusi yang dapat digunakan. Penelitian-penelitian sebelumnya mengajukan beberapa metode untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

1. *Modelling E-Marketing Strategies: Internet Presence and Exploitation of Greek Hotels*, Sigala. M, 2001, paper ini menjelaskan tentang pemodelan pemasaran bisnis di Greek hotel dengan strategi digital.
2. *Designing Successful Bussiness: Bussiness Strategies For Digital Design-Intensive Industries*, Tzvetkova. Marinova. T, 2003, pada paper ini dijelaskan mengenai strategi bisnis berbasis digital.
3. Kajian Internet Marketing Sebagai Salah Satu Media Pemasaran Industri Perhotelan, Yulianto. A, 2015, paper ini menjelaskan tentang pengaruh internet pada salah satu hotel bintang lima di Jakarta dengan metode SWOT.
4. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan, Pradiani. A, 2017, pada paper ini menjelaskan tentang pengaruh digital marketing pada industri rumahan berupa kerajinan tangan tas yang terbuat dari bungkus minuman instan.
5. Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha dan E-Marketing pada Pelaku Usaha Industri Mikro Pengrajin Sepatu di Kecamatan Medan Denai, Nasution. M. A, Prayogi. M. A, Affandy Nasution. S. M, 2017, paper ini menjelaskan tentang pengaruh sosial media maupun website yang akan mempengaruhi usaha.

Berdasarkan kajian dari beberapa riset yang telah dilakukan, maka metode yang dipilih untuk digunakan terdiri dari beberapa opsi. Setelah melakukan analisis terhadap masalah dan pemilihan metode maka penelitian akan terfokus untuk menyelesaikan permasalahan strategi pemasaran menggunakan metode *digital transformation* menggunakan *framework* BCG sehingga diharapkan penyewa villa meningkat dan pendapatan villa pun mengalami peningkatan.

Terdapat beberapa perbedaan yang terkait dengan penelitian ini dan penelitian sebelumnya. Tabel I.2 menunjukkan perbandingan penelitian ini dan dibandingkan dengan penelitian lainnya yang menunjukkan kontribusi dari penelitian ini untuk perkembangan ilmu pengetahuan.

Tabel I.2 Posisi Penelitian

<i>Author(s)</i>	Mariana Sigala (2001)	Tzvetelina Marinova Tzvetkova (2003)	Theresia Pradiani (2017)	Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi, Satria Mirsyah Affandy Nasution (2017)	Penelitian Ini
<i>Judul</i>	<i>Modelling E-Marketing Strategies: Internet Presence and Exploitation of Greek Hotels</i>	<i>Designing Successful Bussiness: Bussiness Strategies For Digital Design-Intensive Industries</i>	Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan	Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha dan E-Marketing pada Pelaku Usaha Industri Mikro Pengrajin Sepatu di Kecamatan Medan Denai	Penerapan Strategi Pemasaran Dengan <i>Digital Transformation</i> Pada Villa Arriza Di Lembang
<i>Case</i>	Mengembangkan strategi e-marketing pada hotel di Yunani.	Mendesain Bisnis Digital	Mengembangkan strategi digital marketing pada penjualan sepatu.	Pengelolaan manajemen usaha dan e-marketing	Mendesain strategi pemasaran berbasis digital untuk villa Arriza

<i>Author(s)</i>	Mariana Sigala (2001)	Tzvetelina Marinova Tzvetkova (2003)	Theresia Pradiani (2017)	Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi, Satria Mirsyah Affandy Nasution (2017)	Penelitian Ini
Metode Pengambilan Data	Kuisisioner, wawancara, dan pengamatan.	-	Kuisisioner, wawancara, dan pengamatan.	Kuisisioner, wawancara, dan pengamatan.	Wawancara dan pengamatan.
Lokasi	Greek	-	Malang	Medan, Denai	Lembang, Bandung

I.2 Perumusan Masalah

Dalam melakukan rumusan permasalahan dapat menggunakan pendekatan sistem khususnya enam elemen permasalahan. Penjelasan dari ke enam elemen permasalahan tersebut adalah:

1. Pengambil keputusan: Pemilik penginapan Villa Arriza.
2. Tujuan pengambil keputusan (*Objective*): Menambah jumlah penyewa dan memudahkan akses informasi dalam pemesanan atau *booking* villa Arriza.
3. Kriteria keputusan (*Decision Criterion*): Membuat rancangan berbasis digital dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan.
4. Ukuran performansi: Memiliki strategi pemasaran yang modern dalam era globalisasi.
5. Input kendali, alternatif jalur aksi (*alternative course of action*): Strategi pemasaran perancangan sistem pemesanan Villa secara *online*.
6. Konteks: Sistem strategi pemasaran yang akan diterapkan di Villa Arriza.

Berdasarkan latar belakang dan enam elemen permasalahan yang telah dikaji, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *digital transformation* terhadap strategi pemasaran menggunakan matriks BCG pada villa Arriza?
2. Bagaimana melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan *digital transformation* pada Villa Arriza?
3. Bagaimana rancangan penerapan solusi strategi pemasaran dengan *digital transformation* di Villa Arriza?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikaji, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh era digital terhadap strategi pemasaran menggunakan matriks BCG pada villa Arriza.
2. Mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan *digital transformation* pada Villa Arriza.
3. Menerapkan rancangan solusi strategi pemasaran dengan *digital transformation* di Villa Arriza.

I.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian yang telah dikaji, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Menerapkan strategi pemasaran menggunakan teknologi internet yang dapat membantu pada proses penyewaan Villa.
2. Menerapkan strategi pemasaran yang diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan Villa.
3. Memberikan informasi Villa Arriza kepada wisatawan atau konsumen dan memudahkan akses informasi nya.

I.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang telah dikaji, maka diharapkan, batasan masalah penelitian yang didapatkan adalah:

1. Variabel, parameter dan asumsi yang digunakan untuk penelitian didapatkan dari hasil survei.

2. Survei dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik dan pegawai Villa Arriza.
3. Menentukan strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan diagram BCG.

I.6 Sistematika Penulisan

Untuk menyelesaikan rumusan permasalahan, mencapai tujuan dari penelitian, menyesuaikan dengan batasan penelitian dan mendapatkan manfaat dari penelitian ini, maka penulisan dari penelitian akan mengikuti pembagian sebagaimana berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan masalah, serta sistematika pembahasan penelitian.

2. **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang teori-teori dasar yang digunakan sebagai landasan pemecahan masalah yang berkaitan dengan masalah pokok yang ditemukan dalam penelitian. Teori-teori dasar tersebut akan menjadi dasar yang kuat dalam penelitian.

3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang obyek penelitian, teknik pengumpulan data, alat yang digunakan serta identifikasi analisis atau metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dan kerangka pemecahan masalah.

4. **BAB IV PENGOLAHAN DATA**

Bab ini membahas tentang pengumpulan dan pengolahan data proses pada penelitian.

5. **BAB V ANALISIS**

Bab ini menjelaskan analisis dari hasil pengolahan data yang telah didapatkan dari penelitian.

6. **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab akhir ini adalah kesimpulan dan saran yang dapat dijadikan sebagai acuan strategi pemasaran berbasis digital.