BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata telah menjadi trend kehidupan manusia moderen, karena aktivitas manusia ini memiliki dimensi yang luas, tidak sekedar memenuhi kebutuhan untuk bersenang-senang untuk menikmati perjalanan, namun aktivitas ini banyak menimbulkan aktivitas ekonomi, seni dan budaya. Pariwisata memiliki dampak yang luas membangun dalam pembangunan ekonomi, sosia dan budaya, kegiatan Pendidikan, kegiatan agama, olahraga, kegiatan ilmiah bahkan telah menjadi disiplin ilmu tersendiri. Pariwisata menjadi progam pribadi Ketika sesorang merencanakan perjalanan untuk menikmati perjalananya disuatu wilayah destinasi, dan menjadi progam pemerintah daerah dan pemerintah pusat atau badan swasta, Ketika melakukan pengelolaan dan mengorganisasikanya sehingga dapat memetik nilai ekonomi maupun nilai budaya dari kegiatan itu. (Arjana. 2021:1)

Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamanya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk semetara waktu tinggal di tempat yang didatanginya (Maesaroh, 2019: 44).

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang sangat penting, hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah hotel yang berdiri dilingkungan pariwisata. Hotel adalah adalah sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan yang

meliputi pelayanan makan dan minum, pelayanan kamar, barang bawaan, pencucian pakaian, dan dapat menggunakan fasilitas prabot dan menikmati fasilitas yang lain di dalam hotel (Putri, 2018: 1). Tentunya di dalam hotel memiliki banyak sekali departemen yang penting salah satunya yaitu departemen *Sales and Marketing* yang memiliki tanggung jawab yang besar untuk penjualan dan pemasaran produk hotel.

Sales and marketing department di hotel bertugas dalam memasarkan produk hotel serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran hotel. Dengan berbagai cara, bagian ini berusaha untuk mendapatkan tamu sebayak mungkin kedalam hotel, agar dapat menentukan banyaknya peningkatan pendapatan yang di peroleh melalui tamu-tamu yang menginap dan mengunakan fasilitas-fasilitas hotel yang menangani penjualan dan pemasaran dalam suatu perusahaan. (Harahap, 2021: 62)

Tabel 1.1 1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2017-2021

Sumber : Badan Pusat Statistik Taun 2022

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah wisatawan mancanegara terus bertambah 3 tahun terakhir (2017-2019) ini menandakan pariwisata menjadi salah satu industri yang penting dan perlu diperhatikan pengembangannya mengingat negara Indonesia mempunyai sumber daya yang mendukung. Sumber daya mendukung yang dimaksud adalah destinasi wisata yang beragam, kekayaan budaya, dan faktor lain yang negara Indonesia miliki untuk mendukung pengembangan industri pariwisata itu sendiri.

Namun pada awal tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19 yang terjadi hampir di seluruh bagian dunia yang menyebabkan terpengaruhnya industri pariwisata dunia, sektor Pariwisata adalah salah satu sektor yang paling terpukul oleh situasi yang terjadi saat ini. Badan Pusat Statistik (BPS) juga mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Maret 2020 mengalami penurunan tajam . Ini menandakan bahwa pandemi ini sangat berpengaruh bagi dunia pariwisata.

Tabel 1.1 2 Jumlah Hotel Menurut Jenis Dan Kecamatan Tahun 2019

WILAYAH	**JENIS HOTEL**							
	Hotel Bintang lima	Hotel Bintang Empat	Hotel Bintang Tiga	Hotel Bintang Dua	Hotel Bintang Satu	Hotel Melati	Akomodai Lainya	Jumlah
010.Karangpilang	-	-	-	1	-	-	-	1
020. Jambangan	-	-	-	-	-	-	2	2
030. Gayungan	-	1	2	-	-	1	9	13
040. Wonocolo	-	-	2	2	-	2	3	9
050.Tenggilis Mejoyo	-	-	4	1	-	2	-	7
060.Gunung Anyar	-	-	-	1	-	-	-	1
070. Rungkut	-	-	-	1	-	5	4	10

080. Sukolilo	-	-	1	-	1	-	10	12
090. Mulyorejo	-	-	1	1	-	3	3	8
100. Gubeng	-	2	6	3	-	18	5	34
110. Wonokromo	-	4	1	3	-	3	1	12
120. Dukuh Pakis	1	3	-	2	-	4	8	18
130. Wiyung	-	-	-	-	-	-	-	0
140. Lakarsantri	-	-	-	1	-	-	1	2
141. Sambikerep	-	-	-	-	-	-	1	1
150. Tandes	-	-	-	-	-	-	-	0
160.Sukomanunggal	-	-	1	1	-	3	3	8
170. Sawahan	1	1	2	1	-	6	3	14
180. Tegalsari	2	3	7	4	1	8	1	26
190. Genteng	3	6	9	4	2	21	2	47
200. Tambaksari	-	-	1	-	-	2	1	4
210. Kenjeran	-	-	-	-	-	-	-	0
211. Bulak	-	-	-	-	-	2	-	2
220. Simokerto	-	-	-	1	-	4	2	7
230. Semampir	-	-	1	-	-	3	1	5
240. Pabean Cantian	-	-	2	2	1	12	-	17
250. Bubutan	-	-	1	-	-	7	2	10
260. Krembangan	-	-	1	-	-	4	-	5
270. Asemrowo	-	-	-	-	-	1	-	1
280. Benowo	-	-	-	-	-	-	-	0
281. Pakal	-	-	-	-	-	-	-	0
Kota Surabaya	7	20	42	29	5	111	62	276

Sumber: BPS Kota Surabaya

(Diolah dari identifikasi Direktori Hotel Surabaya Tahun 2019)

Data di atas menjelaskan betapa sengitnya persaingan hotel di era yang sudah berkembang ini, khusus nya di kota-kota besar seperti Kota Surabaya, jika kita tidak memiliki nilai lebih yang dapat menarik minat tamu, maka kita akan tertinggal dalam persaingan tersebut. Jadi agar kita bisa bertahan di tengah persaingan kita harus memberikan nilai lebih yang bisa menarik perhatian tamu . Dari aneka makanan dan minuman, fasilitas hiburan, dan fasilitas tambahan lain yang menjadi ciri khas dimata tamu.

Salah satu departemen yang memiliki tanggung jawab besar dalam meningkatkan tingkat hunian kamar adalah *sales dan marketing.* Karena departemen ini memiliki tugas dalam penjualan kamar dan produk lain yang ada di hotel. Dan tentunya di masa pandemi sangat berdampak pada sektor perhotelan ,terutama pada kunjungan wisatawan cmancanegara dan lokal. Kasus Covid-19 di Indonesia pada tahun 2020 terus melunjak dan seiring melunjakna kasus Covid-19 ini sektor Pariwisata sangat terpuruk .

Coronavirus adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan pada hewan atau manusia dan *Covid-19* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan (*World Health Organization*, 2020). Pandemi ini sangat berpengaruh bagi pariwisata di Indonesia karena berkaitan dengan himbauan yang dikeluarkan oleh *World Health Organization* untuk berlatih menjaga jarak, mengurangi perjalanan yang tidak diperlukan, dan juga menghindari keramaian (*World Health Organization*, 2020). Himbauan yang disebutkan sangat identik dengan kegiatan pariwisata dimana menghabiskan waktu bersama kerabat dan bertemu dengan orang baru. Salah satu departemen di

dalam hotel yang berpengaruh adalah departemen *sales and marketing* yang menjadi penghubung antara hotel dan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang disusun sebagai berikut :

Bagaimana Peran *Sales Executive* Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Goldvitel Hotel Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tunjuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *Sales Executive* Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Goldvitel Hotel Surabaya Di Masa Pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini adalah dapat mengetahui dan mendapatkan pengalaman aktivitas *Sales Executive* Goldvitel Hotel Surabaya di masa pademi.

1.4.2 Bagi Perusahaan/Hotel

Manfaat bagi Goldvitel Hotel Surabaya untuk mengetahui dan meningkatkan produktifitas kinerja *Sales Executive*, supaya bisa menjadi referensi bagi pengembang tentang *sales and marketing.*

1.4.3 Bagi Akademik

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan untuk mengetahui bagaimana peran *Sales Executive* di Goldvitel Hotel Surabaya. Supaya bisa menjadi referensi pembalajaran di program studi Perhotelan.

1.5 Lokasi Penenilitian

Untuk memenuhi ,membuktikan dan mempertanggung jawabkan sesuai judul yang di tulis maka penulis melakukan penelitian pada *Sales Executive* Goldvitel Hotel Surabaya beralamat :

Alamat : Jl. Basuki Rahmat No. 147, Surabaya

Telepon : +62 31 33363888

E-mail : reservation@goldvitel.com

Website : https://goldvitel.com

1.6 Metode Pengumpulan data

Kegiatan pengumpulan data dimulai setelah masalah penelitian ditetapkan dan desain/rencana penelitian dikerjakan. (Duli, 2019:84)

1.6.1 Tehnik Wawancara

Menurut Kerlinger (1992) wawancara adalah peran situasi tatap muka interpersonal dimana satu orang (*interviewer*), bertanya kepada satu orang yang diwawancarai, beberapa pertanyaan yang dibuat untuk mendapatkan jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian. (Fadallah, 2021:1)

1.6.2 Teknik Pengamatan / Observasi

Observasi yang berarti pengamatan bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga di peroleh pemahaman atau semagai alat *re-checkingin* atau pembuktian terhadap informasi/keterangan yang di peroleh sebelumnya. (Safithry, 2018:48)

1.6.3 Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis ataupun film (berbeda dari catatan) , berupa data yang akan ditulis, dilihat, disimpan, dan digulirkan dalam penelitian, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti yang rinci dan mencakup segala keperluan data yang diteliti, mudah diakses. Istilah dokumen merujuk pada materi seperti foto, video, file, memo, surat, catatan harian, catatan khusus klinis, dan memorabilia segala macam yang bisa digunakan sebagai informasi tambahan sebagai bagian dari studi kasus yang sumber data utamanya adalah observasi atau wawancara partisipan. (Anggito dan Setiawan, 2018:146)

1.7 Jenis dan Sumber Data

1.7.1 Jenis Data

1. Data kualitatif

   Data kualitatif adalah upaya yang di lakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelolah, mensintesiskanya , mencari dan menemukan pola , menemukan apa yang penting dan apa yang di pelajari dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan pada orang lain. (Mamik, 2015:135)

2. Data kuantitatif

   Data Kuantitatif adalah Analisa data yang di lakukan secara kronologis setelah data selesai di kupulkan semua dan biasnya di olah dan di analisis dengan secara *computerized* berdasarkan metode analisis data yang telah di tetapkan dalam desain penelitian. (Mamik, 2015:137)

1.7.2 Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer adalah informasi yang diberikan oleh seorang peneliti terkait konsep yang diminati untuk tujuan penelitian tertentu. Salah satu sumber data primer termasuk individu, kelompok fokus, responden panel yang dikumpulkan oleh peneliti. (Rizan ddk, 2022:211)

2. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah informasi yang sudah ada dalam beberapa bentuk atau lainya tetapi tidak di kumpulkan, setidaknya pada awalnya, untuk tujuan pelaksanaan konsultasi yang ada. (Setyowati,dkk 2021:91)

1.8 Tehnik Analisi Data

Menurut Muhajir (1998:104) Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang di teliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna. (Alhadharah, 2018: 84)

1.8.1 Tehnik Analisis Deskriptif

Tehnik Analisis Deskriptif merupakan analisis yang di lakukan dengan mengelompokan infomasi dari data kualitatif yang berupa masukan, tanggapan, kritik dan saran. Analisis Deskriptif Kuantitatif adalah suatu cara pengelolahan data yang di lakukan dengan jalan menyusun secara sistematis dalam bentuk

angka-angka atau presentase ,mengenai suatu obyek yang di teliti. (Widiana, 2016:152)

1.8.2 Tehnik Analisis Matriks SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu intrumen pengidentifikasian sebagai factor yang terbentuk secara sistematis yang di gunakan untuk strategi perusahaan .Pendekatan analisis ini didekatkan secara logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). (Fatimah, 2016: 8)

Faktor-faktor yang di tetapkan kemudian di terapkan dalam bentuk Matriks SWOT, yang mana pengaplikasianya adalah :

a. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan *(advantage)* dari peluang (*opportunities*) yang ada.
b. Bagaimana cara mengatasi adanya kelemahan-kelemahan *(weaknesses*) yang mencegah keuntungan *(advantage)* dari peluang *(opportunities)* yang ada.
c. Bagaimana kekuatan *(strengths)* mampu menghadapi ancaman *(treats)* yang ada.
d. Bagaimana cara mengatsi kelemahan (*weaknesses)* yang mampu membuat acaman *(treats)* menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.