

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pariwisata menurut Pitana (2005) dipahami sebagai sektor andalan di dalam pembangunan ekonomi berbagai negara. Berdasarkan indikator-indikator perkembangan dunia, di tahun-tahun mendatang peranan pariwisata diprediksi akan semakin meningkat. Pariwisata tumbuh dan berkembang dengan beberapa faktor pendukungnya yang dapat menambah esensi dan juga kepuasan wisatawan dan juga masyarakat pelaku pariwisata dalam pelaksanaan kegiatan wisata. Terdapat empat faktor pendukung kegiatan wisata sesuai dengan pendapat dari Khotimah (2017:57) yaitu Atraksi (*attraction*), Aksesibilitas (*accessibility*), Amenitas (*amenities*), dan fasilitas pendukung lainnya (*ancillary service*). Salah satu bagian dari faktor amenitas adalah akomodasi (tempat penginapan), dan juga layanan makanan dan minuman. Hal tersebut diimplementasikan dalam bentuk bisnis perhotelan.

Hotel sebagai sebuah layanan akomodasi menjadi pilihan bagi para wisatawan untuk menetap sementara waktu selama mereka melakukan perjalanan wisata keluar dari wilayah tempat tinggal wisatawan tersebut. Seiring berjalannya waktu, hotel mulai mengembangkan beberapa fasilitas penunjang lainnya dalam memenuhi kebutuhan wisatawan yang juga mengalami perkembangan. Beberapa contohnya adalah adanya layanan makanan dan minuman atau yang disebut juga *food and beverages*, kemudian juga ada layanan *SPA*, *GYM*, *Kids Club*, *Pool* atau kolam renang, dan beberapa fasilitas lainnya yang tentunya akan memudahkan dan memuaskan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisatanya. Salah satu fasilitas atau produk yang ditawarkan hotel dalam memfasilitasi keinginan tamu adalah MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) yang memiliki tugas utama melayani beberapa tujuan tamu dalam melaksanakan pertemuan atau acara tertentu di hotel. Ada beberapa jenis MICE yang biasa dilakukan di hotel, seperti rapat baik yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan maupun organisasi personal, *wedding*, dan beberapa pertemuan lainnya. Hal ini membuat hotel mengembangkan beberapa fasilitas untuk mendukung kegiatan MICE seperti *Wedding Chapel*, *Meeting Room/Ballroom*, dan beberapa fasilitas penunjang lainnya.

Saat ini terjadi masalah global, dimana dunia pariwisata sedang mengalami kemunduran akibat dampak dari pandemi Covid-19. Hal ini tentu juga berdampak pada bisnis perhotelan, termasuk MICE sebagai produk dan layanan hotel. Seperti yang terjadi pada hotel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan yang mengalami penurunan *occupancy* semenjak pandemi berlangsung, namun tetap beroperasi hingga kini. Hal ini terjadi

karena adanya anjuran dan juga peraturan pemerintah yang membatasi perjalanan keluar daerah dengan tingkatan dan juga syarat dan ketentuan yang berbeda-beda akibat dari kasus Covid-19 yang tinggi di suatu daerah sehingga membuat masyarakat enggan untuk bepergian jauh. Namun seiring berjalannya waktu, dengan menurunnya kasus Covid-19, dan juga menurunnya tingkatan dari pembatasan kegiatan masyarakat, sedikit demi sedikit mulai banyak wisatawan yang datang dan melakukan kegiatan wisata dengan berbagai motivasi yang berbeda-beda. Mulai dari sekedar liburan hingga menyelenggarakan *event* tertentu.

Peningkatan kunjungan juga terjadi di Hotel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan. Hotel mulai didatangi wisatawan sebagai pilihan akomodasi mereka dalam perjalanan wisata. Penyelenggaraan *event* yang dilakukan di hotel ini oleh pihak external seperti *group meeting*, *wedding*, dan lain sebagainya selama masa pandemi Covid-19 maret 2020 hingga tahun 2022 membuat hotel ini tetap memiliki tingkat *occupancy* yang tinggi. Hal ini menarik minat penulis untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Strategi Pemasaran MICE Sebagai Produk Unggulan Hotel Four Points By Sheraton Bali Ungasan

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian pada bagian latar belakang, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah, sebagai berikut:

- 1.2.1 Apa saja produk MICE yang dipasarkan di hotel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan?
- 1.2.2 Bagaimana strategi pemasaran produk MICE oleh hotel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1.3.1 Untuk mendeskripsikan jenis MICE yang dijual di hotel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan
- 1.3.2 Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk MICE oleh hotel Four Points by Sheraton Bali, Ungasan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam memberikan kajian empiris dan memberi manfaat dalam hal memperkaya khasanah keilmuan terkait jenis dan juga strategi pemasaran MICE di suatu hotel.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Mahasiswa

1. Memberikan tambahan wawasan terkait jenis-jenis MICE dan juga strategi pemasaran MICE

B. Bagi Universitas

1. Memberikan kontribusi tambahan dalam menambah referensi bagi penelitian selanjutnya

C. Bagi Objek Penelitian

1. Mampu memberi bahan evaluasi dari hasil penelitian yang nantinya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas kinerja hotel.

