

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pada masa ini hotel bukanlah sekedar tempat untuk menginap. Berbagai kegiatan berlibur bisa dilakukan di hotel seperti, spa, berolahraga, ataupun menikmati *dinner* yang romantis bersama pasangan. Kegiatan utama yang bisa dilakukan di hotel adalah MICE, kegiatan Mice terdiri dari *meeting, inventive, convention, exhibition*. Aktivitas ini adalah industri baru yang melibatkan banyak pihak, MICE adalah salah satu bentuk kegiatan industri pariwisata yang telah direncanakan oleh banyak orang dengan sangat teliti dan bertujuan untuk menyelenggarakan kegiatan yang menghasilkan banyak keuntungan (Kusuma, 2019). Pada data yang terdapat dalam *International Congress and Convention Association* jumlah peserta di Indonesia dalam melaksanakan *business travel* sebanyak 44.445, jumlah ini masih jauh dibelakang dibandingkan dengan Thailand yang menempati peringkat ke-23 di dunia dengan jumlah peserta sebanyak 70.892, Singapura menempati peringkat ke-24 di dunia sebanyak 69.261 peserta dan Malaysia yang berada di peringkat ke-26 di dunia dengan peserta sebanyak 62.271, Indonesia memiliki kota favorit yang sering dikunjungi jika ada yang di dunia untuk menyelenggaraan event *international meetings* diantaranya adalah Bali, Yogyakarta dan Jakarta.

Bali menduduki peringkat ke-15 se-Asia Pasifik dengan jumlah penyelenggaraan *event meetings* sebanyak 40 *event*, kegiatan yang pernah dilakukan di Bali seperti event internasional Asia Media Summit ke-18, Bali International Fashion Week, dan KTT G-20 G20. Selanjutnya yaitu Yogyakarta yang menduduki peringkat ke-23 se-Asia Pasifik dengan jumlah penyelenggaraannya sebanyak 26 kali, kegiatan yang pernah dilakukan di Yogyakarta seperti pertemuan ke-3 Sherpa G20, ASEAN Tourism Forum (ATF) lalu terakhir diikuti oleh Jakarta yang berada di peringkat ke-27 dengan jumlah penyelenggaraan sebanyak 23 *meetings events*, kegiatan yang pernah dilakukan di Jakarta seperti Asian Games, dan di tahun ini menyelenggarakan *Coldplay* dan *event* internasional KTT ke-43 ASEAN (Kusuma, 2019).

Meningkatnya jumlah kunjungan ke Indonesia tentunya tidak hanya menjual budaya dan keindahan alamnya. MICE adalah salah satu faktor lain yang dapat meningkatkan kunjungan. MICE pasti akan mendukung pariwisata Indonesia dan menghasilkan keuntungan (Issn, 2019). Hal ini dibuktikan oleh data dari Kementerian Pariwisata yang menargetkan 20 juta wisatawan asing yang akan menambah devisa sekitar 280 triliun rupiah dan dapat menyerap 12,6 juta pekerja. Selain itu, mereka pasti akan memiliki indeks daya saing terbaik di dunia, yang akan menyumbang 15 persen Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Sektor pariwisata menyumbang 13 miliar USD terhadap PDB, sedangkan sektor migas menyumbang 18 miliar USD. Diproyeksikan sebanyak 275 juta wisatawan domestik dan 20 juta wisatawan asing., seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan devisa sebesar 200 triliun rupiah, 12 juta kunjungan wisatawan asing, 15 juta kunjungan wisatawan, dan pergerakan wisatawan domestik sebanyak 265 juta wisatawan. Ini meningkatkan posisi Indonesia dengan negara lain. Untuk menghasilkan lebih banyak wisatawan dan menarik lebih banyak pengunjung, promosi pariwisata harus dilakukan secara kolektif, termasuk mengadakan acara MICE skala internasional (Septemuryantoro, 2019)

Hotel di Bali yang menyediakan fasilitas MICE adalah hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali, tersedianya kebutuhan untuk bisnis MICE bertujuan untuk mempermudah dan memuaskan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata maupun kegiatan bisnis. Fasilitas yang disediakan berhubungan dengan MICE yaitu Business Center fasilitas yang digunakan untuk layanan bekerja dan disediakan juga mesin fotocopy, Ballroom dan Meeting Room yang digunakan untuk meeting atau convention yang dapat menampung hingga 500 orang, Lapangan yang luas yang dapat digunakan jika ada Wedding Venue serta kegiatan Exhibition dan Incentive juga. Kegiatan MICE yang menjadi produk unggulan yang paling menonjol adalah kegiatan meeting dan wedding venue, kegiatan MICE pada bulan september sampai oktober 2023 terakhir diadakan meeting nasional oleh Kemenkes dan BMKG.

Kegiatan MICE tidak hanya ada di Holiday Inn Resort Baruna Bali saja beberapa kompetitor di daerah yang sama juga memiliki fasilitas tersebut, contohnya Aston Kuta, Fairfield By Marriott Kuta, HARRIS Hotel Kuta Tuban. Ketiga kompetitor tersebut memiliki fasilitas yang berkaitan dengan MICE yaitu *room meeting*, sedangkan Fairfield By Marriott Kuta juga memiliki *event wedding*, dan *room meeting* (Wijaya et al., 2022). Fasilitas tersebut tidak kalah menarik dan mewah, namun ada beberapa kelebihan yang membuat MICE di Holiday Inn Resort Baruna Bali menjadi produk unggulan, yang pertama adalah hotel bintang 5 yang mempunyai keunggulan dari 4 kompetitor terdekat yang merupakan hotel bintang 4, yang kedua kelengkapan dari fasilitas MICE jika ke-4 kompetitor itu hanya memiliki fasilitas untuk *meeting* dan *wedding* namun Holiday Inn Resort Baruna Bali mempunyai fasilitas lebih seperti lapangan yang luas dan terletak di depan pantai langsung sehingga dapat digunakan untuk kegiatan *incentive* dan *exhibition*, yang ketiga adalah *wedding venue* yang menjadi daya tarik tersendiri, dibandingkan dengan *wedding* di Fairfield By Marriott Kuta keunggulan dari *wedding* di Holiday Inn Resort Baruna Bali adalah pemandangan pantai dengan sunset langsung yang membuat suasana semakin romantis, para tamu juga dapat memilih dekorasi untuk *wedding* sendiri, selain itu fasilitas yang di dapat jika mengadakan *wedding* di Holiday Inn Resort Baruna Bali adalah lengkap dengan pelayanan restaurantnya. Itulah beberapa kelebihan yang menjadi alasan bahwa MICE di Holiday Inn Resort Baruna Bali menjadi produk unggulan.

Produk unggulan memiliki keunikan tersendiri, namun pada produk unggulan ini ada beberapa produk yang tidak laku atau kurang diminati oleh para tamu. pemasaran yang tidak baik menjadi salah satu alasan tidak lakunya produk unggulan, Perkembangan industri perhotelan yang semakin pesat tentunya akan menciptakan persaingan yang semakin ketat antara hotel satu dan hotel yang lainnya. Untuk menghadapi persaingan, setiap hotel berusaha keras untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas guna meningkatkan nilai jual dan minat wisatawan untuk menginap. Di sinilah kunci dari seorang sales dan pemasaran dalam sebuah perusahaan akomodasi perhotelan untuk mempromosikan produknya, sehingga dipilih oleh wisatawan yang sedang melakukan kegiatan. Holiday Inn Resort Baruna Bali bekerja sama dengan travel agent, baik online

maupun offline. Dalam mempertahankan sebuah kerja sama tersebut, Holiday Inn Resort Baruna Bali harus memiliki strategi promosi. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan agent-agent yang selama ini diajak bekerja sama atau bahkan menambah agent lain untuk diajak bekerja sama kedepannya.

Semakin banyaknya wisatawan yang datang dan menginap di Bali, akomodasi perhotelan akan semakin meningkat dan persaingan juga semakin ketat. Untuk mengantisipasi hal tersebut pihak *sales* dan *marketing* tentunya tidak cukup menggunakan satu strategi promosi dalam upayanya untuk mempertahankan pasar. Strategi ini juga dilakukan oleh pihak *sales* Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali, yaitu menerapkan bauran promosi yang meliputi: (1) *Personal Selling* adalah promosi yang dilakukan secara personal atau bertatap muka kepada seorang konsumen. (2) *Sales Promotion* adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan agar konsumen berminat contohnya mengikuti *sales call* yang dimana kegiatan itu merupakan perkumpulan dari berbagai perusahaan nasional dan Internasional dengan kata lain ini akan menjalin kerjasama yang akan berdampak baik bagi pemasaran MICE. dan (3) *Word of Mouth* kegiatan promosi yang dilakukan antar informan satu ke informan lainnya kegiatan ini biasa terjadi jika konsumen membicarakan hal terkait baik secara negatif maupun positif. Maka dari itu perusahaan dengan sebaik mungkin meningkatkan kualitas pelayanan tamu agar mencapai kepuasan tamu. Tujuan utama dari promosi adalah memberikan informasi, mempengaruhi, mengajak dan mengingatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah faktor penting bagi suatu hotel karena berdampak pada profitabilitas perusahaan dalam mengembangkan kualitas produk yang dimilikinya, dengan cara berkomunikasi dengan baik serta memberikan pelayanan yang memuaskan akan memberikan kesan kepada tamu sehingga proses pemasaran dapat menghasilkan keuntungan (Amran et al., 2019). Karena berdampak pada profitabilitas perusahaan yang jika tidak ditentukan dengan baik maka akan sangat mempengaruhi bagi keberlanjutan bisnis tersebut.

Aktivitas MICE yang tersedia di Holiday Inn Resort Baruna Bali sudah terpasarkan dengan baik, berikut adalah data penjualan yang berkaitan dengan MICE.

**Tabel 1.1**  
**Data Kegiatan MICE Bulan September - Oktober 2023**

No	Nama Kegiatan	Tanggal Kegiatan
1.	Wedding Venue	16 September 2023
2.	Steak Komersial Workshop	16 September 2023
3.	Kemenkes Meeting	22 September 2023
4.	Wedding Venue	24 September 2023
5.	Wedding Venue	30 September 2023
6.	Word Venture Meeting	12 Oktober 2023
7.	Wedding Venue	14 Oktober 2023
8.	BMKG Meeting	19 Oktober 2023
9.	Wedding Venue	21-22 Oktober 2023

Sumber : Holiday Inn Resort Baruna Bali, 2023

Tabel 1.1 menggambarkan bahwa penjualan fasilitas MICE pada bulan september sampai oktober diadakan meeting nasional oleh Kemenkes dan BMKG namun pada bulan tersebut didominasi oleh kegiatan *wedding venue*. Kegiatan *wedding venue* memang menjadi daya tarik tersendiri, selain mendapat pemandangan pantai dengan sunset langsung, para tamu juga dapat memilih dekorasi untuk weddingnya sendiri, selain itu fasilitas yang di dapat jika mengadakan *wedding* di Holiday Inn Resort Baruna Bali adalah lengkap dengan pelayanan restaurantnya. Pada bulan Mei 2023 diadakan juga kegiatan *Exhibition* yang di beri nama “Pasar Baruna” dimana setiap tahunnya digelar acara tersebut, banyak rangkaian kegiatan yang diadakan seperti cosplay Jepang, lomba menggambar, pameran binatang dan lainnya. Pada tabel 1.1 aktivitas MICE terpasarkan dengan baik, dilihat dari data penjualan yang akan dijadikan acuan penelitian, dari data tersebut maka penelitian ini layak diteliti, maka perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana “Strategi Pemasaran Mice Sebagai Produk

Unggulan Pada Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali” penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang maka dapat diidentifikasi bahwa MICE merupakan aktivitas penting yang dapat menjadi revenue generator. Holiday Inn Resort Baruna Bali merupakan salah satu hotel yang menempatkan MICE sebagai produk unggulan hotel. Penyelenggaraan MICE memerlukan sebuah strategi pemasaran yang baik dikarenakan banyaknya hotel lain yang melakukan aktivitas sejenis. Diperlukan sebuah strategi pemasaran yang baik agar produk unggulan tersebut bisa dijual. Penelitian ini berusaha untuk menggali informasi terkait produk unggulan MICE di Holiday Inn Resort Baruna Bali serta strategi pemasaran yang dilakukan.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Strategi pemasaran pada penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran produk MICE yang dilakukan oleh departemen *sales & marketing* di Holiday Inn Resort Baruna Bali strategi pemasaran MICE yang digali terbatas pada aktivitas pemasaran pada bagian *sales & marketing* pada bulan Januari 2023 sampai Oktober 2023.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas dapat dijabarkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja produk unggulan yang berkaitan dengan MICE yang terdapat di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Holiday Inn Resort Baruna Bali dalam bidang MICE ?

## 1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menelaah produk unggulan MICE yang ditawarkan serta MICE yang dipasarkan di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali.
2. Untuk mengetahui dan menelaah strategi pemasaran produk unggulan MICE yang dilakukan oleh Holiday Inn Resort Baruna Bali.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada bidang pariwisata khususnya terkait produk unggulan MICE dan strategi pemasaran MICE di Holiday Inn Resort Baruna Bali, serta dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan teori dan kajian empiris dalam bidang pemasaran, MICE, dan perhotelan. Selain itu, diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan bagi para pelaku jasa perhotelan, pemasaran, dan MICE.

### 2. Manfaat Praktisi

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan evaluasi serta referensi perkembangan dari hasil penelitian yang nantinya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kinerja di hotel.