**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Pemasaran hotel secara perlahan beralih dari model konvensional seperti pemasangn *billboard*, iklan di koran dan majalah menuju pemasaran *cyber* dengan menggunakan internet. Selain itu model pemasaran yang dilakukan secara *online* melalui *website* – *website* perusahaan tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi tentang produk perusahaan tetapi sekaligus memberikan akses bagi *customer* untuk menikmati, membeli produk-produk perusahaan. Akses *online* pada produk – produk perusahaan memudahkan, mempersingkat, dan mempercepat waktu pelanggan untuk melakukan transaksi.

Hotel – hotel dewasa ini secara lebih serius menjangkau tamu potensial melalui *website*. *Website* berfungsi sebagai “*distribution channel”* yang memungkinkan tamu untuk mengenal berbagai jenis produk, fasilitas hotel sekaligus membeli produk yang disukai. *Website* juga berfungsi sebagai *“place”* dalam konsep marketing mix menggantikan *physical place* yang mempertemukan hotel dan tamunya. Melalui *website*, hotel dapat membangun komunikasi intensif dengan tamunya sehingga hal – hal yang menjadi keraguan, keengganan tamu dapat diselesaikan sebelum atau sesudah transaksi. Melalui *website* konsumen dapat melakukan *booking online* , mengajukan pertanyaan, memberi masukan maupun kritikan terhadap pengalaman yang diperolehnya selama menginap.

Dalam satu decade terakhir, reservasi *online* mengalami peningkatan yang sangat pesat. Ada beberapa keuntungan atau benefit yang dapat diperoleh tamu bila melakukan reservasi *online*. Pertama, reservasi dapat dilakukan secara langsung tanpa perantara seperti *travel agent*. Kedua, reservasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sepanjang tamu terkoneksi dengan ineternet. Ketiga, bagi *experienced guest* atau tamu yang sudah berpengalaman, mereka dapat memperoleh penawaran dengan harga yang menarik seperti promo dan *discount*. Bagi hotel sendiri, reservasi *online* memeberi dampak yang positif antara lain, hotel dapat memprediksi tingkat penjualan dan *occupancy* bila terjadi transaksi *online*. Selain itu hotel tidak perlu memberikan fee kepada *travel agent*, tetapi langsung kepada tamu melalui program promo. Manfaat yang langsung diperoleh tamu tanpa *intermediary* atau perantara akan membangun hubungan positif antara hotel dengan tamu.

Dalam melakukan reservasi *online* ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Kemudahan dalam proses transaksi reservasi *online* dan kemudahan dalam mengakses produk hotel. Dengan demikian hotel harus membangun feature – feature yang *guest friendly.*
2. Kesesuian informasi di *website* dengan fasilitas sebenarnya. Hotel harus menghindari memajang informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan
3. Kecepatan dan ketepatan *front desk* dalam menjawab pertanyaan tamu. Hotel harus menghindari delay dan penundaan dalam memberikan *respons* pada tamu atas setiap permintaan informasi
4. Kesediaan pihak hotel menerima keluhan atau kritik terkait pelayanan reservasi
5. Kesopanan karyawan bagian *customer relation/marketing*
6. Kemampuan *front desk* dalam memberikan pelayanan yang berkesan
7. Konten atau informasi pada *website* harus jelas dan tidak mengandung *ambiguitas*
8. Kejelasan feature *website* yang terhubung dengan hotel mengenai produk hotel
9. Keamanan dalam bertransaksi.

Novotel Manado Golf Resort and Convention Center adalah perusahaan jasa yang menyediakan penginapan yang berdiri dibawah naungan *Accor Hotels*. *Accor Hotels*merupakan [perusahaan multinasional](https://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan_multinasional) [Perancis](https://id.wikipedia.org/wiki/Perancis) terbesarberoperasi di 92 negara. Berkantor pusat di [Paris](https://id.wikipedia.org/wiki/Paris), [Perancis](https://id.wikipedia.org/wiki/Perancis). Grup ini mengoperasikan sistem waralaba di sekitar 5 benua dengan berbagai merek dagang mulai dari tingkatan budjet dan penginapan ekonomis hingga akomodasi mewah di beberapa tempat eksotis.

*Accor Hotels* memiliki 3.700 hotel di seluruh pelosok dunia yang tidak sulit ditemukan, dengan fasilitas pelayanan yang menarik dari keunggulan di setiap masing-masing daerah. Hotel Novotel Manado Golf Resort & Convention Centermemiliki *website* untuk memudahkan para tamu melakukan reservasi kamar dengan mudah tanpa perlu memesan melalui telepon,email, fax, atau datang langsung ke hotel sebagai *walk-in guest.*

Sebagai hotel yang berbintang, Novotel Golf Resort and Convention Center Manado berhasil melayani tamu dalam melakukan reservasi melalui *website* yang berhubungan dengan Novotel Manado Golf Resort and Convention Center.

**1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana tamu memanfaatkan *website* hotel untuk melakukan reservasi di Novotel Golf Resort and Convention Center?

**1.3 . Tujuan Penelitian**

a. Mengidentifikasi seberapa banyak tamu yang memanfaatkan *website* dan tamu yang tidak memanfaatkan *website.*

b. Mengidentifikasi alasan – alasan dari tamu yang memanfaatkan dan yang tidak memanfaatkan *website*.

* 1. **. Manfaat Penelitian**

1. Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan, evaluasi dan informasi bagi hotel untuk meningkatkan penyebarluasan informasi *website* pada tamu.
2. Meningkatkan pemahaman terhadap *consumer behavior* atau pola perilaku tamu dalam membeli produk – produk jasa seperti hotel melalui *marketing channel* yang tersedia.
3. Meningkatkan *library inventory* atau sumber pustaka bagi Politeknik Negeri Manado yang dapat diakses oleh mahasiswa dalam kaitan dengan displin ilmu yang relevan seperti Marketing, Psikologi Pelayanan dan Komunikasi Bisnis.