

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Data primer dan sekunder telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi data sekunder, selanjutnya data-data tersebut akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Data-data yang telah dikumpulkan tersebut adalah gambaran umum perusahaan dan kualitas pelayanan pada Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer.

1. Profil Singkat Perusahaan

Berawal dari sebuah tradisi yang kokoh, Marbella Hotel Convention & Spa Anyer yang merupakan anak dari Grup Jayakarta bagian dari perusahaan PT. Pudjiadi Prestige Tbk mulai didirikan oleh Poey Seng Kiang (yang kemudian lebih dikenal sebagai Bapak Sjukur Pudjianto) dengan menanamkan komitmen dan kemampuannya dalam berbisnis menunjukkan insting yang kuat dalam membesut berbagai proyek pionir yang terbukti menjadi landmark di lokasi-lokasi strategis. Hal ini menjadikannya salah satu pengembang paling dihormati dan perusahaan terkemuka di industri perhotelan Indonesia.



Gambar 2. Logo Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Sumber : www.marbellaindonesia

Menjadi salah satu destinasi akomodasi dan konvensi terkemuka di kawasan pesisir Anyer, Banten. Terletak strategis di tepi pantai dengan panorama Selat Sunda yang memukau, hotel ini menawarkan kombinasi sempurna antara kemewahan, kenyamanan, dan fasilitas bisnis yang lengkap. Berdiri megah dengan arsitektur elegan yang mencerminkan perpaduan gaya klasik dan modern. Marbella Hotel Convention & Spa memiliki 4 gedung tower, diantaranya :

Tabel 1. Jumlah Tower Gedung Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

NAKULA		SADEWA	
1101 – 1118B	2201A – 2319	1119C – 1134	2220B – 2236
3301 – 3324	4401 – 4425	3326 – 3349	4426 – 4446
5501 – 5525	6601 – 6622	5524 – 5544	6623 – 6641
7701 – 7722	8801 - 8825	7723 – 7740	8826 – 8844
9901 – 9903	-	9904 – 9906	-
ARJUNA		YUDISTIRA	
1151 – 1158	2251 – 2258	1159 – 1178	2259 – 2278
3351 – 3360	4451 – 4459	3361 – 3381	4460 – 4481
5551 – 5559	6661 – 6669	5560 – 5588	6660 – 6678
7751 – 7759	8851 – 8859	7760 – 7778	8860 – 8877

Sumber : Brosur Penjualan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Tabel 2. Tipe Kamar Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Tipe Kamar	Kapasitas	Luas	Deskripsi
Studio Room	2 Orang	36 sqm	1 Kamar Tidur
Deluxe Room	2 Orang	45 sqm	1 Kamar Tidur / 1 Ruang Tamu
Executive Room	4 Orang	90 sqm	2 Kamar Tidur / 1 Ruang Tamu
Master Suite	5 Orang	130 sqm	3 Kamar Tidur / 1 Ruang Tamu
Presidential Suite	7 Orang	240 sqm	4 Kamar Tidur / 1 Ruang Tamu

Sumber : Brosur Penjualan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Tabel 3. Ruang Konvensi Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Venue	Area	Cocktail	Round Table	Theater	Classroom
Grand Ballroom	1.176 sqm	1.150 Orang	660 Orang	1.250 Orang	800 Orang
Serang Room	777 sqm	750 Orang	420 Orang	800 Orang	500 Orang
Pandeglang Room	399 sqm	400 Orang	240 Orang	450 Orang	300 Orang
Banten Room	256 sqm	240 Orang	160 Orang	300 Orang	200 Orang
Maulana Room	120 sqm	120 Orang	60 Orang	160 Orang	90 Orang
Merak Room	88 sqm	80 Orang	40 Orang	90 Orang	60 Orang
Cilegon Room	56 sqm	60 Orang	30 Orang	60 Orang	40 Orang

Sumber : Brosur Penjualan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Hotel ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas unggulan, termasuk pusat konvensi yang mampu menampung ribuan peserta, menjadikannya pilihan ideal untuk berbagai acara bisnis dan sosial, seperti konferensi, pameran, pernikahan, dan gala dinner. Selain itu, terdapat juga fasilitas spa yang menawarkan berbagai perawatan relaksasi dan kecantikan, kolam renang yang luas, restoran dengan beragam pilihan kuliner internasional dan lokal, serta area rekreasi yang memungkinkan para tamu menikmati berbagai aktivitas pantai dan olahraga air.

Marbella Hotel Convention & Spa juga dikenal dengan layanan prima yang profesional dan ramah, didukung oleh staf yang terlatih dan berpengalaman. Keunggulan ini memastikan setiap tamu mendapatkan pengalaman menginap yang tak terlupakan, baik untuk keperluan bisnis maupun liburan. Dengan komitmen terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan, Marbella Hotel Convention & Spa terus berinovasi dan meningkatkan pelayanannya, menjadikannya salah satu ikon utama dalam industri perhotelan di Indonesia.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Bertujuan menjadi ikon nasional dan manajemen perusahaan yang paling diapresiasi di Indonesia dan internasional, serta membangun merek yang bertujuan untuk memberikan yang terbaik bagi tamu, rekan, pihak-pihak terkait, dan mitra bisnis.

b. Misi

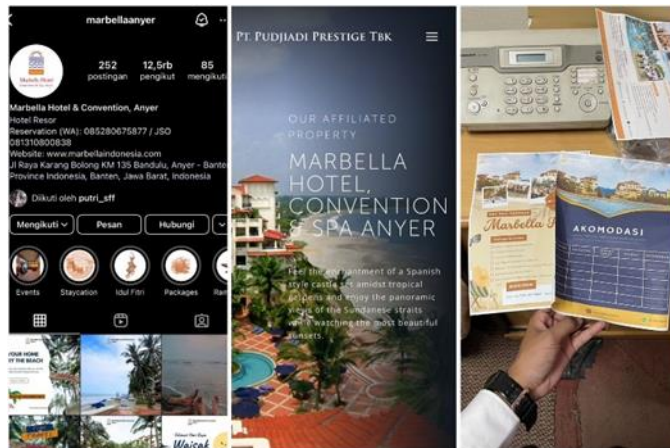
Memberikan perhatian melalui layanan yang ramah dan hangat serta menciptakan pengalaman unik dalam mencapai keistimewaan bagi setiap tamu.

B. Hasil

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi ditemukan berbagai temuan penting yang menggambarkan kontribusi signifikan dari komponen – komponen komunikasi pemasaran terhadap keberhasilan operasional dan reputasi hotel. Dapat diartikan bahwa peran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh divisi sales marketing Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer menjadi sangat penting karena bertujuan untuk menunjang efektivitas pemasaran pada layanan dengan memberikan panduan mengenai pemanfaatan Hotel kepada klien atau calon klien, melalui periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan penjualan langsung (*direct selling*). Berikut penerapannya :

1. Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan salah satu sarana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer melalui berbagai media seperti media cetak, media sosial Instagram, dan website atau situs resmi hotel yaitu *www.marbellaindonesia*. Isi website dan poster cetak ini meliputi pengenalan singkat tentang hotel, informasi kontak, deskripsi tipe kamar, fasilitas di dalam dan sekitar hotel, dan ulasan pelanggan. Tampilan website yang menarik, identitas dan informasi lengkap mengenai produk yang ditawarkan membuat media ini banyak digunakan di kalangan pengunjung yang memesan kamar menggunakan informasi kontak yang tersedia di website.



Gambar 3. Periklanan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Sumber : Instagram, Website & Dokumentasi Pribadi Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Peranan *Advertising* tidak hanya sekadar mempromosikan tempat menginap, tetapi juga mengajak para wisatawan untuk menemukan kesempurnaan dalam setiap detilnya. Kampanye *advertising* yang dilakukan oleh divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer menggambarkan keindahan alam, kenyamanan yang tiada tara, serta layanan yang sangat memuaskan. Dengan fokus pada kemewahan dan kenyamanan, iklan mereka menyajikan gambaran tentang kamar-kamar yang elegan dan luas dengan pemandangan laut yang mempesona. Kolam renang infinity yang menghadap langsung ke pantai menjadi daya tarik utama, menawarkan tamu pengalaman berenang yang tak terlupakan sambil menikmati cahaya matahari terbenam. Tidak hanya itu, Marbella Hotel Convention & Spa Anyer juga menawarkan fasilitas spa yang eksklusif untuk menenangkan pikiran dan memanjakan tubuh. Dengan perawatan khusus dan layanan pijat yang profesional, tamu dapat

merasakan relaksasi yang mendalam setelah seharian menikmati keindahan alam Anyer. Selain itu, hotel ini juga merupakan tempat yang ideal untuk acara-acara besar seperti konferensi dan pertemuan bisnis. Dengan fasilitas convention yang modern dan luas, Marbella Hotel mampu menampung berbagai acara dengan pelayanan yang prima dan kemudahan teknologi yang canggih. *Advertising* Marbella Hotel Convention & Spa Anyer tidak hanya mengundang tamu untuk menginap, tetapi juga untuk menciptakan kenangan yang tak terlupakan di tepi pantai yang memesona ini. Dengan komitmen pada kualitas dan kepuasan tamu, Marbella Hotel terus berupaya menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari kemewahan, ketenangan, dan keindahan alam yang tiada duanya di Pantai Anyer.

Namun Divisi sales marketing Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer, menghadapi beberapa hambatan signifikan dalam menjalankan peran komunikasi pemasaran mereka, terutama terkait dengan periklanan (*advertising*). Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan anggaran untuk kampanye iklan.

2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Personal Selling merupakan kegiatan menawarkan produk kepada pelanggan yang dapat membeli produk secara langsung. Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer menerapkan cara untuk menjual produk secara langsung atau tatap muka dengan kegiatan *Sales Call* dari tim pemasaran dan promosi mulut ke mulut. Kegiatan *Sales Call* bertujuan untuk

meningkatkan penjualan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer dengan menyediakan produk langsung ke instansi pemerintah atau swasta. Biasanya, tim pemasar hotel datang ke institusi seperti sekolah, pemerintah daerah, universitas, bank, dan institusi lain yang menyelenggarakan acara dan kegiatan penting lainnya.



Gambar 4. Kegiatan Sales Call

Sumber : Dokumentasi Pribadi

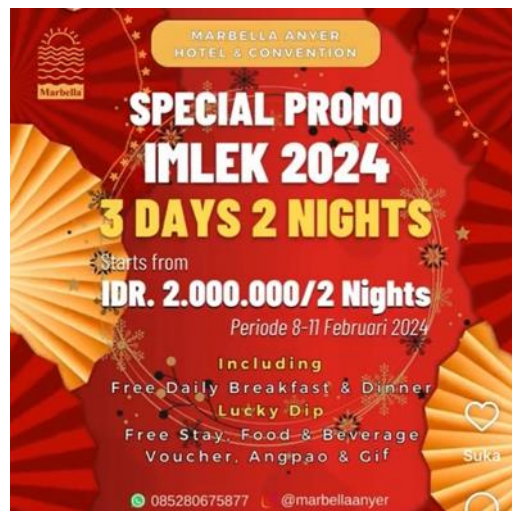
Peranan *personal selling* memiliki arti yang sangat penting dalam memastikan setiap tamu merasakan pengalaman menginap yang istimewa dan tak terlupakan. Personal selling di sini bukan sekadar menjual kamar, tetapi juga tentang menciptakan hubungan yang hangat dan personal dengan setiap tamu potensial. Setiap calon tamu yang menghubungi atau dikunjungi divisi *sales marketing* Marbella Hotel akan disambut dengan ramah oleh tim penjualan yang terlatih dengan baik. Tidak hanya menjawab pertanyaan tentang fasilitas hotel, tetapi juga menggali

kebutuhan dan preferensi tamu untuk menawarkan solusi yang paling sesuai dengan paya untuk menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan individual setiap tamu. Misalnya, jika tamu sedang merayakan ulang tahun pernikahan, tim personal selling dapat menyarankan paket romantis yang mencakup makan malam khusus di tepi pantai atau perawatan spa eksklusif. Selain itu, personal selling juga berperan dalam menjelaskan nilai tambah dari fasilitas dan layanan eksklusif yang ditawarkan oleh Marbella Hotel. Mereka dengan bangga memperkenalkan kolam renang infinity yang menakjubkan yang menghadap langsung ke laut, atau spa yang menawarkan perawatan yang menenangkan dan menyegarkan bagi tamu yang mencari relaksasi total. Melalui personal selling yang proaktif dan penuh perhatian, Marbella Hotel Convention & Spa Anyer tidak hanya mengundang tamu untuk menginap, tetapi juga untuk merasakan keramahan yang hangat dan kualitas layanan yang istimewa. Setiap interaksi dengan tim personal selling tidak hanya menjadi transaksi, tetapi juga kesempatan untuk menciptakan pengalaman yang membanggakan dan memuaskan bagi setiap tamu yang memilih menginap di sana.

Dalam hal ini, divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer, menghadapi sejumlah hambatan dalam menjalankan peran komunikasi pemasaran mereka khususnya dalam aspek penjualan pribadi (*personal selling*), salah satu hambatan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan mengacu pada penawaran diskon atau harga khusus dengan tujuan meningkatkan penjualan dalam jangka pendek. Promosi yang dijalankan oleh Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer adalah promosi, dan paket spesial. Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer menawarkan promosi dan paket spesial dengan potongan harga kamar karena alasan seperti tidak bisa menjual seluruh kamar dalam satu hari, atau memperinghati hari raya tertentu. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan penjualan kamar dan harus ada perbedaan fasilitas yang diterima pelanggan yang membayar tarif reguler.



Gambar 5. Promosi Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Sumber : Instagram Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Sales promotion memainkan peran krusial dalam menarik perhatian dan meningkatkan kunjungan tamu. Marbella Hotel Convention & Spa,

Anyer tidak hanya menawarkan kemewahan dan kenyamanan, tetapi juga menggunakan berbagai strategi *sales promotion* untuk memperluas jangkauan pasar dan memberikan nilai tambah kepada para tamunya. Terlibat dalam dalam kampanye *sales promotion* yang berkaitan dengan acara-acara khusus atau liburan tertentu. Hal ini memungkinkan dengan menawarkan paket liburan Natal atau Tahun Baru yang inklusif, atau mengadakan promo spesial untuk perayaan ulang tahun hotel atau hari-hari besar lainnya.

Namun, pada promosi penjualan yang dilakukan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer mengalami hambatan berupa persaingan yang ketat di mana banyak bisnis serupa yang menawarkan promosi yang sama, sehingga sulit menarik perhatian pelanggan secara efektif. Terlebih preferensi konsumen yang berbeda menjadi hambatan ketika mencoba untuk memenuhi ekspektasi yang bervariasi dari beragam tamu. Beberapa tamu mungkin mencari kenyamanan dan kemewahan, sementara yang lain lebih mengutamakan aksesibilitas harga atau pengalaman yang lebih santai.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat merupakan kegiatan sosial yang bertujuan untuk menjaga citra suatu perusahaan dan agar dikenal masyarakat. Kegiatan kehumasan yang dilakukan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer meliputi sponsorship dan partisipasi dalam acara dan pameran. Kegiatan yang dilakukan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer meliputi

sponsorship dan partisipasi dalam acara serta pameran event musik, serta challenge untuk umum yang diadakan di Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer.



Gambar 6. Hubungan Masyarakat Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Sumber : Instagram Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

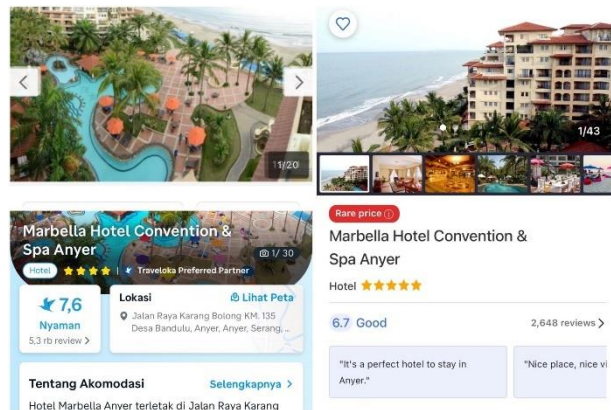
Public relations (PR) tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan citra merek, tetapi juga sebagai cara untuk membangun hubungan yang kokoh dengan masyarakat luas dan *stakeholders* hotel. *Public relation* yang diperankan divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer memainkan peran penting dalam mengkomunikasikan nilai-nilai positif, mengelola persepsi publik, dan mempromosikan berbagai inisiatif yang dilakukan oleh hotel. Salah satu fokus utama *public relation* Marbella Hotel pada divisi *sales marketing* adalah memastikan bahwa setiap tamu dan pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai. Dengan mendorong umpan balik positif dari tamu melalui testimonial dan ulasan online, serta merespons dengan cepat terhadap

keluhan atau masukan untuk memastikan pengalaman setiap tamu selalu memuaskan. Selain itu, peran yang menjadi krusial dalam mempromosikan acara khusus dan program-program hotel, seperti konser musik, workshop kuliner, atau festival liburan, yang membantu membangun citra Marbella Hotel sebagai destinasi liburan dan pertemuan yang ideal.

Dalam menjalankan peranan komunikasi pemasaran yang bertujuan membangun hubungan dengan masyarakat, Marbella Hotel Mengalami hambatan berupa minimnya keterampilan atau pelatihan yang diperlukan untuk mengelola atau membangun manajemen reputasi hotel.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan salah satu teknik yang digunakan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer untuk menawarkan produknya melalui berbagai media. Pemasaran langsung yang dilakukan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer meliputi media online, surat, email dan pemasaran telepon. Manajemen hotel telah bekerja sama dengan media partner seperti Traveloka.com, agoda.com dan booking.com. Dengan mengacu pada media partner ini, calon pelanggan dapat mengakses ketersediaan jenis kamar, fasilitas dan layanan lainnya kapan saja dan dimana saja, serta dapat dengan mudah melakukan pemesanan melalui media partner.



Gambar 7. Media Pemasaran Langsung Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Sumber : Traveloka & Tiket.com

Direct marketing menjadi salah satu peran dalam menjalin hubungan langsung dengan calon tamu dan meningkatkan kesadaran tentang fasilitas serta layanan yang ditawarkan. Melalui *direct marketing*, ini mampu menyampaikan pesan-pesan yang spesifik dan personal kepada target pasar. Penggunaan telepon sebagai alat komunikasi langsung dengan calon tamu. Tim pemasaran menelepon orang-orang yang telah mengekspresikan minat atau melakukan penyelidikan tentang menginap di hotel. Mereka tidak hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan calon tamu tetapi juga mengajukan penawaran khusus atau memfasilitasi proses pemesanan secara langsung. Selain itu, Marbella Hotel memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya sebagai sarana *direct marketing*. Dengan menggabungkan berbagai peranan *direct marketing* ini, divisi *sales*

marketing Marbella Hotel Convention & Spa Anyer tidak hanya meningkatkan eksposur mereka di pasar, tetapi juga meningkatkan konversi dari prospek menjadi tamu yang menginap. Pendekatan yang personal dan terfokus ini membantu mempertahankan posisi hotel sebagai destinasi pilihan untuk liburan, pertemuan bisnis, dan relaksasi di tepi Pantai Anyer.

Hambatan yang dialami Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer pada pemasaran langsung adalah minimnya dalam mengandalkan basis data yang kuat dan terperinci tentang calon pelanggan untuk mengirimkan pesan pemasaran yang relevan dan personal.

C. Pembahasan

Komunikasi pemasaran didefinisikan secara umum sebagai proses di mana perusahaan atau organisasi menyampaikan pesan-pesan promosi dan informasi produk atau layanan kepada target audiens dengan tujuan mempengaruhi perilaku konsumen dan menciptakan kesadaran merek, minat, serta loyalitas pelanggan. Komunikasi pemasaran efektif dapat dinilai dari komponen-komponen atau bauran sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Assauri dalam Mariska (2015) Periklanan adalah suatu bentuk penyajian dan promosi ide, produk, atau layanan non-pribadi yang disponsori oleh sponsor tertentu. Dapat disimpulkan bahwa periklanan (*advertising*) adalah bentuk penyajian produk yang dibiayai oleh sponsor

terkenal dengan tujuan membujuk calon konsumen untuk membelinya, sehingga meningkatkan penjualan produk perusahaan. Hal ini sejalan dengan komunikasi non-pribadi yang digunakan oleh sebuah bisnis untuk mengkomunikasikan produk dan layanan. Seperti yang disebutkan sebelumnya, Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer sangat memanfaatkan komunikasi impersonal—atau komunikasi yang dilakukan secara massif kepada khalayak umum melalui media massa. Untuk menarik pelanggan, manajemen hotel menggunakan berbagai strategi iklan, termasuk website, dan platform media sosial seperti Instagram dan Twitter. Periklanan mengandung informasi tentang jasa pelayanan, harga penginapan, fasilitas yang tersedia, dan hal-hal lainnya. Adanya media periklanan yang dijalankan oleh Divisi *Sales Marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer diharapkan dapat menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung. Berdasarkan hasil observasi dalam mengetahui peran komunikasi pemasaran Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer yang dilakukan Divisi *Sales Marketing* dalam hal periklanan masih adanya hambatan berupa keterbatasan anggaran.

Keterbatasan ini mengakibatkan kesulitan dalam menyebarluaskan pesan promosi secara luas dan konsisten melalui berbagai media iklan seperti *billboard*, radio, televisi, dan digital. Dampaknya, jangkauan iklan menjadi terbatas, sehingga pesan pemasaran tidak dapat mencapai audiens yang lebih luas, yang pada akhirnya mengurangi efektivitas kampanye dan potensi peningkatan jumlah tamu hotel. Selain itu, anggaran yang terbatas

juga membatasi kemampuan divisi untuk menghasilkan materi iklan yang berkualitas tinggi. Ketiadaan dana yang memadai untuk investasi dalam desain grafis, produksi video, dan penyewaan ruang iklan premium menyebabkan iklan yang dibuat mungkin kurang menarik dan tidak mampu bersaing dengan iklan dari yang memiliki anggaran lebih besar. Dampak dari keterbatasan ini adalah iklan yang dihasilkan mungkin tidak berhasil menarik perhatian calon pelanggan atau membedakan merek Marbella Hotel dari pesaing.

2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kotler & Keller dalam Yanto & Prabowo (2020) penjualan pribadi (*personal selling*) adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan memberikan presentasi, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan pesanan. berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan faktor terpenting kedua dalam menentukan bauran iklan pada saat suatu perusahaan menerima pesanan. Sejalan dengan hal tersebut, kegiatan pemasaran pribadi dilakukan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer pada divisi sales marketing melalui kegiatan *sales call* dan promosi dari mulut ke mulut yang bertujuan untuk menarik akomodasi ke Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer. Kegiatan ini merupakan tanggung jawab utama divisi sales marketing, karena menjadi suatu metode penjualan langsung produk kamar atau layanan hotel dalam jumlah besar dengan peralatan yang lengkap untuk menunjang kegiatan tersebut. Keterbatasan Sumber Daya

Manusia (SDM) menjadi salah satu faktor dalam pelaksanaan terkait penjualan pribadi (*personal selling*), menjadikan hambatan hotel untuk menjangkau dan melayani semua segmen pasar yang ditargetkan dengan efektif.

Hal ini berdampak dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang komprehensif terhadap berbagai kebutuhan pelanggan. Dengan tim yang terbatas, waktu dan upaya yang dapat dialokasikan untuk setiap segmen pasar menjadi terbatas, mengakibatkan pelayanan yang kurang optimal dan berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan. Selain itu, keterbatasan ini juga membatasi kemampuan untuk melakukan *follow-up* secara intensif dengan prospek dan klien potensial, yang penting untuk membangun hubungan jangka panjang dan memastikan retensi pelanggan. Dampak jangka panjangnya adalah penurunan dalam konversi penjualan dan pertumbuhan bisnis yang terhambat karena hotel tidak dapat menjangkau audiens target secara efektif dan efisien. Keterbatasan staf juga mengurangi fleksibilitas tim dalam menyesuaikan strategi pemasaran dengan perubahan tren pasar atau kebutuhan khusus dari berbagai segmen pelanggan. Untuk mengatasi hambatan ini, hotel perlu mempertimbangkan pelatihan dan pengembangan karyawan yang ada, serta rekrutmen staf tambahan yang memiliki keahlian khusus dalam penjualan dan pemasaran. Dengan memperkuat tim penjualan, Marbella Hotel dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas komunikasi pemasaran, serta memberikan layanan yang lebih baik kepada semua segmen pasar yang ditargetkan.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Gitosudarmo dalam Yolanda & Ridwan (2023) promosi penjualan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan suatu perusahaan kepada konsumen dan mempengaruhi mereka untuk membelinya dengan segera. Dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan adalah penawaran langsung yang memberikan insentif atau nilai tambah suatu produk kepada tenaga penjualan, penyalur, atau langsung kepada konsumen, dengan tujuan utama menghasilkan penjualan langsung. Strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer adalah dengan menurunkan harga guna meningkatkan jumlah pengunjung dalam jangka pendek. Kegiatan promosi penjualan antara lain pemberian diskon yang dapat diterapkan dalam jangka waktu tertentu, promosi khusus yang meningkatkan okupansi kamar melalui pembelian paket khusus hari libur tertentu, dukungan menarik, dan lain-lain. Dalam hal ini, Marbella Hotel melayani berbagai segmen pasar, mulai dari wisatawan lokal hingga internasional, yang masing-masing memiliki preferensi dan ekspektasi berbeda. Dalam hal ini, adanya hambatan dalam merancang promosi yang menarik dengan dampak yang mengacu pada pereferensi konsumen.

Hal ini menjadikan upaya dalam pemasaran menjadi lebih rumit dan menuntut strategi yang disesuaikan secara spesifik untuk setiap kelompok pelanggan. Misalnya, wisatawan lokal mungkin lebih tertarik pada penawaran khusus untuk akhir pekan atau liburan singkat, dan hari raya

tertentu, sementara wisatawan internasional mungkin lebih tertarik pada paket wisata yang mencakup akomodasi jangka panjang dan fasilitas lengkap. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen, promosi yang dirancang dapat membuat tidak efektif dan tidak mampu menarik minat yang diharapkan. Untuk mengatasi tantangan ini, Marbella Hotel perlu mengadopsi pendekatan yang lebih tersegmentasi dan berbasis data dalam strategi komunikasinya. Ini termasuk melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami tren terbaru dan preferensi konsumen, serta memanfaatkan alat analitik untuk memantau dan menilai efektivitas promosi yang berjalan. Dengan demikian, hotel dapat memastikan bahwa upaya pemasaran mereka tidak hanya relevan tetapi juga menarik bagi semua segmen pasar yang mereka layani, meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas jangka panjang.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Coulson dalam Londa, Sondakh & Lengkong (2017) hubungan masyarakat (*public relation*) merupakan upaya yang terus menerus dan terencana secara sadar untuk membangun dan memelihara saling pengertian antara suatu organisasi dan masyarakat. Pernyataan ini menunjukkan bahwa humas dipandang sebagai suatu proses atau kegiatan yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara suatu organisasi dengan pihak-pihak di luar organisasi. Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer adalah hubungan

masyarakat. Kegiatan ini erat kaitannya dengan membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat dengan mensponsori acara atau event musik dan membagikan brosur kepada masyarakat. Melalui upaya ini, Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer berupaya dapat meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di kalangan masyarakat, memperkuat hubungan dengan komunitas lokal, dan pada akhirnya, meningkatkan jumlah tamu yang menginap di hotel. Namun, berdasarkan hasil observasi di Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer disebutkan bahwa saat ini Marbella Hotel mendapati rumor yang beredar dikalangan masyarakat, hal ini berdampak pada :

- a. Kerusakan Reputasi : Rumor dapat merusak citra hotel di mata calon tamu untuk menginap atau menggunakan fasilitas hotel. Akibatnya, pemesanan kamar dan penyelenggaraan acara dapat mengalami penurunan.
- b. Keputusan Pembelian yang Tertunda atau Dibatalkan : Calon pelanggan yang mendengar rumor mungkin menjadi ragu atau bahkan membatalkan rencana untuk menggunakan layanan hotel, dan memilih solusi yang dianggap lebih dapat diandalkan.
- c. Kesulitan Menarik Pelanggan Baru : Dengan reputasi yang tercemar, upaya pemasaran untuk menarik pelanggan baru menjadi lebih menantang. Hotel mungkin perlu menawarkan lebih banyak insentif atau diskon untuk mengimbangi efek dari rumor.

- d. Penurunan Semangat dan Motivasi Karyawan : Rumor juga dapat mempengaruhi semangat dan motivasi karyawan, yang pada gilirannya dapat menurunkan kualitas layanan yang diberikan kepada tamu.
- e. Loyalitas Pelanggan Menurun : Pelanggan setia yang mendengar rumor mungkin mempertimbangkan kesetiaan mereka dan mulai mencari alternatif lain, yang berdampak pada retensi pelanggan

Untuk mengatasi dampak tersebut, Marbella Hotel perlu segera mengambil solusi-langkah strategis dalam manajemen reputasi. Ini bisa termasuk memberikan klarifikasi atau tanggapan resmi terhadap rumor yang beredar, meningkatkan kualitas layanan untuk mengubah persepsi, dan meluncurkan kampanye hubungan masyarakat yang positif untuk memperbaiki citra hotel. Dengan solusi yang tepat, hotel dapat mengurangi dampak dari rumor dan memulihkan reputasi mereka di mata masyarakat.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Tjiptono dalam Tristyantie & Suparwo (2020) pemasaran langsung adalah alat pemasaran jaringan yang menggunakan satu atau lebih jenis media dan dapat menghasilkan tanggapan terukur di mana saja. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran langsung merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk meminta tanggapan langsung dari konsumen agar diperoleh tanggapan yang terukur. Pemasaran langsung ke konsumen Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer meliputi media online, surat,

email, dan pemasaran telepon. Pemasaran langsung melalui media partner seperti agoda.com, Traveloka.com, dan Booking.com dan merupakan cara yang sangat efektif karena banyak konsumen yang memesan akomodasi melalui media partner tersebut. Selain itu, pemasaran langsung yang dilakukan oleh Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer melalui surat dan email bisa dikatakan sangat efektif karena rata-rata jumlah kunjungan konsumen berasal dari tamu-tamu terdahulu. Strategi ini memanfaatkan data pelanggan sebelumnya untuk mengirimkan pesan yang personal dan relevan, meningkatkan kemungkinan konversi. Dengan menghubungi tamu yang sudah memiliki pengalaman positif, hotel dapat membangun loyalitas dan mendorong tamu-tamu tersebut untuk kembali lagi. Namun, pemasaran langsung melalui surat dan email juga memiliki beberapa kekurangan serta dampak sebagai berikut :

a. Basis Data Terperinci

Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer pada Divisi Sales Marketing kesulitan dalam melakukan segmentasi pasar yang tepat, sehingga sulit untuk menargetkan kelompok pelanggan yang berbeda dengan strategi yang sesuai. Ini juga menghambat kemampuan hotel untuk menganalisis perilaku pelanggan dan memahami tren yang dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran di masa depan.

b. Kesulitan dalam Menarik Pelanggan Baru

Jika hotel hanya mengandalkan pelanggan lama, setiap kali ada penurunan jumlah kunjungan dari mereka, dampaknya akan sangat

terasa. Pelanggan lama mungkin tidak selalu konsisten, sehingga mengurangi stabilitas pendapatan yang berdampak pada pertumbuhan pendapatan menjadi atau bahkan menurun. Pelanggan baru sangat penting untuk memperluas basis pelanggan dan memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang.