

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman di era globalisasi kini kian mengalami peningkatan yang signifikan di sektor perekonomian. Hal ini terlihat dari kesejahteraan masyarakat yang kian hari kian meningkat. Kesejahteraan yang meningkat itulah yang memicu masyarakat untuk saling berfikir dan bersaing satu dengan yang lain, sehingga menciptakan peluang-peluang usaha yang baru-baru di dunia industri. Dengan begitu setiap saat masyarakat dihadapkan kepada persaingan usaha di dunia industri yang kian hari kian ketat. Suatu perusahaan jika ingin tetap bertahan di dunia industri harus memiliki keunggulan yang lebih dari perusahaan lainnya. Perusahaan juga harus cermat dan tanggap dalam memuaskan keinginan dari konsumennya. Salah satunya adalah persaingan di dunia usaha perhotelan. Dimana setiap hotel harus cermat dalam mencari konsumen dan memiliki strategi baru guna menjangkau lebih banyak konsumen untuk datang.

Disaster Oasis terletak di Jl. Kaliurang KM 21,5 Pakem, Sleman, Yogyakarta. Disaster Oasis atau yang biasa disebut Dios merupakan sebuah penginapan yang menyediakan berbagai macam fasilitas yang diantaranya training center, mini museum, model rumah pasca bencana, paket training, dan outbond sehingga Disaster Oasis dapat digunakan dengan berbagai macam kebutuhan sesuai dengan keinginan dari konsumen. Selain itu lokasi yang berada di daerah tinggi di Yogyakarta membuat Disaster Oasis ini menjadi tempat yang nyaman untuk digunakan sebagai persinggahan selama liburan ataupun aktifitas diluar ruangan. Disaster Oasis juga menyediakan berbagai macam kegiatan outdoor yang bekerja sama dengan beberapa pihak yang ada disekitar Disaster Oasis untuk memasarkan kegiatan yang mampu mendukung ekonomi masyarakat kaliurang dengan ikut memasarkan kegiatan outdoor berupa Lava tour ke sekitar Gunung Merapi.

Namun selama masa pandemi ini kunjungan yang dilakukan ke Disaster Oasis menurun pada semua paket yang ditawarkan. Manajemen dan juga karyawan Disaster Oasis melakukan berbagai cara untuk menjaga kestabilan keuangan Disaster Oasis agar tetap berjalan ditengah masa pandemi ini. Konsumen yang

berkunjung sebelumnya juga memberikan pendapat mengenai pelayanan yang ada di Disaster Oasis yang sering dianggap masih kurang dari harapan konsumen. berdasarkan *review online* yang tersedia diberbagai *online travel agent* dan pendapat konsumen yang sudah pernah berkunjung menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara keinginan konsumen dengan pelayanan yang ada di Disaster Oasis Training Center.

Dengan mengetahui latar belakang keinginan pada tiap stakeholder yang ada. Penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui hal apa saja yang bisa dilakukan Disaster Oasis untuk menjaga keuangan tetap stabil dan juga mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Disaster Oasis untuk dilakukan perbaikan agar permasalahan yang ada di Disaster Oasis dapat teratasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang muncul adalah adanya keluhan dari konsumen yang berkunjung ke Disaster Oasis mengenai pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Disaster Oasis.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan perbaikan sesuai dengan keluhan pelanggan yang pernah berkunjung dan menggunakan fasilitas Disaster Oasis.
2. Memberikan usulan perbaikan pada keseluruhan masalah yang telah diidentifikasi dengan biaya tidak lebih dari Rp 50.000.000.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang dilakukan saat penelitian Strategi Pemasaran pada Disaster Oasis adalah sebagai berikut :

1. Data yang digunakan adalah data yang berasal dari kuesioner yang dibagikan pada 28 Februari 2022 sampai dengan 1 April 2022.

2. Review Online yang digunakan untuk mengisi kuesioner adalah dari review tahun 2018 sampai 2022.
3. kuesioner yang dibagikan konsumen dilakukan dengan *Google Form* untuk menjangkau lebih banyak konsumen yang pernah berkunjung ke Disaster Oasis serta wawancara untuk manajemen dan karyawan serta beberapa konsumen yang masih dapat dijangkau.

