

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang mengalami pertumbuhan pembangunan yang cepat. Hal ini dipengaruhi karena adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang memilih untuk menghabiskan waktu liburan dengan bepergian ke luar kota atau luar negeri, dan adanya pebisnis yang melakukan rapat di luar kota (Ali & Simdani, 2018). Pertumbuhan pariwisata yang cepat dibuktikan dengan peringkat Indonesia yang cukup baik di dunia berdasarkan pertumbuhan pada sektor pariwisata. Berikut peringkat 10 negara dengan pertumbuhan pariwisata terbaik menurut *World Travel & Tourism Council* (WTTC):

Tabel 1. Peringkat 10 Negara Terbaik Berdasarkan Pertumbuhan Pariwisata

Negara	Peringkat Keseluruhan	Skor Keseluruhan
China	1	1.50
United States	2	2.50
India	3	4.25
Mexico	4	6.75
United Kingdom	5	8.00
Spain	6	9.25
Turkey	7	10.75
Canada	8	13.00
Indonesia	9	14.25
Australia	10	14.75

Sumber: WTTC, data diolah

Berdasarkan data tersebut, maka posisi Indonesia menduduki peringkat 9 besar di dunia dengan pertumbuhan pariwisata yang cukup baik. hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia mampu bersaing dengan negara-negara lain di dunia dan pariwisata Indonesia berpotensi dalam meningkatnya kinerja industri pariwisata Indonesia untuk membantu dalam meningkatkan perekonomian negara.

Berikut adalah pertumbuhan pariwisata di Indonesia yang dapat dilihat dari kontribusi terhadap PDB, penerimaan devisa, penyerapan tenaga kerja, indeks daya saing, kunjungan wisatawan mancanegara, dan kunjungan wisatawan nusantara :

Tabel 2. Kondisi Industri Pariwisata Indonesia Periode 2016 s/d 2019.

	2016	2017	2018	2019
Kontribusi terhadap PDB (%)	11	13	14	15
Penerimaan Devisa (Rp trillion)	172.8	182.0	223.0	275.0
Penyerapan Tenaga Kerja (juta orang)	11.7	12.4	12.7	13.0
Indeks Daya Saing (WEF)	n.a.	40	n.a.	30
Kunjungan Wisman (juta)	12	15	17	20
Kunjungan Wisnus (juta)	260	265	270	275

Sumber : www.indonesia-investments.com

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara terdapat kenaikan dalam jumlah yang signifikan sehingga menyebabkan sektor pariwisata Indonesia bertumbuh dengan cepat dan memiliki dampak yang cukup positif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, hal tersebut dapat dibuktikan dengan kontribusi industri pariwisata yang menjadi penyumbang devisa nasional terbesar keempat setelah kelapa sawit, minyak dan gas bumi, dan batu bara.

Pertumbuhan dan perkembangan pariwisata di Indonesia menjadikan daerah-daerah di Indonesia berlomba-lomba untuk memperbaiki sarana prasarana dalam meningkatkan potensi pariwisata yang berada di masing-masing provinsi, salah satunya adalah provinsi DKI Jakarta.

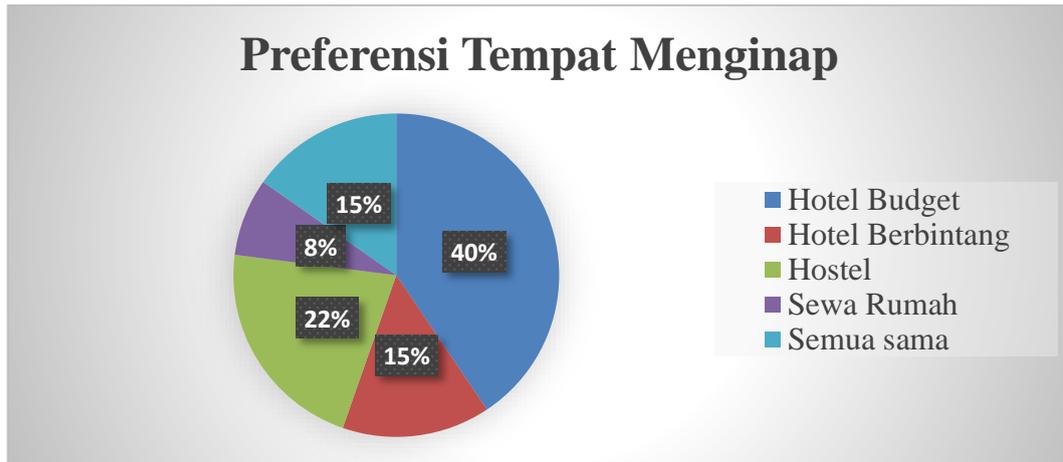
Sektor jasa mengalami perkembangan pesat seiring dengan kemajuan perekonomian. Makin tinggi pendapatan per kapita suatu negara, proporsi lapangan kerja di sektor jasa pun makin berkembang. Hal ini merupakan fenomena yang wajar, sebab ketika perkembangan industri manufaktur dan pertanian sudah menemui titik jenuh, industri jasa menjadi kendaraan berikutnya untuk lebih

memajukan perekonomian (Lovelock & Wirtz, 2011). Salah satu sarana pokok kepariwisataan adalah sarana akomodasi yang tidak dapat dipisahkan dari industri pariwisata karena keduanya saling membutuhkan, tanpa adanya kegiatan kepariwisataan maka usaha akomodasi kurang terpenuhi dengan baik, begitupun sebaliknya tanpa adanya akomodasi yang memadai perkembangan pariwisata di Indonesia sulit berkembang dengan baik.

Salah satu akomodasi penting dalam industri pariwisata adalah hotel. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan; bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum.

Bisnis perhotelan saat ini telah memasuki era baru. Kondisi itu tak lepas dari perubahan di berbagai bidang, meliputi perkembangan teknologi komunikasi, munculnya generasi milenials yang berperan besar sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, kebutuhan pola pikir, pola kerja baru, dan model bisnis (tribunnews, 2018). Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai layanan hotel maupun pemesanan hotel yang dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet. Kondisi ini menyebabkan persaingan bisnis perhotelan semakin kompetitif. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya hotel yang memberikan penawaran harga yang murah karena cocok bagi masyarakat yang ingin menginap di hotel dengan *budget* yang terbatas.

Menurut Chris Elder *budget* hotel merupakan sebuah hotel tanpa fasilitas restoran atau fasilitas perjamuan, dengan layanan dan fasilitas yang ditawarkan untuk hotel ini terbilang sederhana. Namun dalam dekade terakhir, layanan dan fasilitas telah berkembang, dan saat ini jenis fasilitas *budget* hotel dapat mencakup business center, ruang kebugaran, fasilitas laundry tamu, dapur pantry, kolam renang indoor atau outdoor dan pusan air, serta ruang rapat kecil. Berikut hasil survei yang dilakukan oleh *DailySocial* Bersama JakPat kepada pengguna *smartphone* di Indonesia sebanyak 1005 responden untuk mengetahui ketertarikan masyarakat pada hotel *budget*.



Sumber : *DailySocial*, data diolah.

Gambar 1. Diagram Hasil Survei Preferensi Tempat Menginap

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung lebih memilih untuk menginap di hotel budget dibandingkan dengan hotel berbintang atau yang lainnya. Hal ini dipengaruhi karena hotel budget menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan harga hotel berbintang namun fasilitas yang ditawarkan oleh hotel budget tidak kalah lengkap dengan hotel berbintang. Adanya permintaan pasar yang cukup massif terhadap hotel budget di Indonesia, maka hadir beberapa perusahaan berbasis teknologi yang bermitra dengan berbagai hotel budget untuk dikelola oleh brand masing-masing seperti Airy Rooms, Reddoorz, Oyo, dan lain-lain. Kota-kota besar di Indonesia menjadi sasaran perusahaan tersebut untuk melakukan ekspansi pasar, salah satunya DKI Jakarta.



Sumber : Google Trend, data diolah.

Gambar 2. Grafik Popularitas Topik Pencarian Perusahaan Penyedia hotel budget di DKI Jakarta Periode 2017 s/d 2018

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa perkembangan dari perusahaan penyedia jasa layanan hotel budget meningkat setiap tahunnya. Hal ini terjadi dikarenakan adanya respon masyarakat yang cukup positif terhadap kehadiran hotel budget sehingga dapat menjangkau semua kalangan, baik masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah, dan menengah keatas. Respon masyarakat yang cukup positif membuat perusahaan penyedia jasa layanan hotel budget saling berlomba untuk merebut pangsa pasar tersebut. Dimulai dari tahun 2017 persaingan sudah cukup ketat antara RedDoorz dengan Airy Rooms. Kemudian pada tahun 2018 Oyo mulai bergabung dalam persaingan tersebut dan mampu berkembang dengan cepat. Pada akhir tahun 2018 RedDoorz semakin mendominasi persaingan hotel budget, sedangkan Airy Rooms mengalami kenaikan popularitas setelah terjadi penurunan popularitas pada awal dan pertengahan bulan di 2018.

Airy adalah perusahaan penyedia jasa pemesanan kamar dan tiket pesawat, sekaligus sebuah jaringan hotel *dan guest house* terpercaya yang memiliki 5000 lebih kamar di 72 kota di seluruh Indonesia yang menawarkan pilihan akomodasi yang lengkap dengan harga yang terjangkau serta proses pemesanan yang mudah (Trisna, 2019). Airy tersedia di kota besar dan destinasi terfavorit di Indonesia, salah satunya yaitu di Jakarta. Airy Rooms tersedia sebanyak 130 lebih hotel dan *guest house* di Jakarta.

Airy Lebak Bulus Raya 49Z merupakan salah satu *guest house* di Jakarta yang bekerja sama dengan Airy. Kerja sama tersebut dilakukan supaya Airy Lebak Bulus Raya 49Z mampu untuk meningkatkan jumlah tamu yang menginap di *guest house* tersebut. Keputusan menginap calon tamu merupakan hal yang sangat penting dalam industri hotel, sebab hubungan antara keputusan menginap calon tamu akan berdampak pada tingkat hunian kamar yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Menurut Alma (2016, hlm. 139) menyatakan bahwa 'produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide'. Konsumen saat ini tidak hanya memandang produk dari manfaat ini yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan

mereka, tapi mereka akan lebih melihat produk seperti apa yang diinginkannya (Karini, 2015). Airy Lebak Bulus Raya 49Z memiliki desain bangunan dan kamar yang etnik dengan sentuhan jawa sehingga hal tersebut menjadi ciri khas dan keunikan tersendiri bagi Airy Lebak Bulus Raya 49Z.

Menurut Oentoro dalam Sudaryono (2016, hlm. 216) menyatakan bahwa 'Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu'. Airy Lebak Bulus Raya 49Z menawarkan harga yang cukup terjangkau mulai dari dua ratus ribu rupiah sampai dengan tujuh ratus ribu rupiah berdasarkan tipe kamar. Penentuan harga dapat berubah tergantung waktu seperti mendekati libur, dan pada saat libur maka harga hotel relative lebih tinggi. Dengan memberikan penawaran harga yang terjangkau, maka diharapkan dapat meningkat jumlah hunian kamar karena harga merupakan salah satu hal penting dalam persaingan di hotel budget.

Saluran pemasaran untuk jasa dapat diartikan sebagai lokasi (Widyarini & Kartini, 2014). Menurut Ali dan Simdani (2018) lokasi yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen. Airy Lebak Bulus Raya 49Z terdapat di lokasi yang strategis karena berada di pinggir jalan Lebak Bulus Raya yang setiap harinya akses di jalan tersebut selalu ramai. Kemudian lokasi *guest house* dekat dengan pusat perbelanjaan seperti Pains Square, dan Cinere Bellevue Mall, serta tempat wisata seperti Taman Wisata Situ Gintung.

Berdasarkan penelitian sebelumnya Karini (2015) menyatakan bahwa Produk terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan menginap, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto & Taali (2018), dan Karnelis (2017). Namun menurut penelitian Kavanillah dan Ridlwan (2018), dan Noor (2016) Produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap.

Menurut penelitian Noor (2016) menyatakan bahwa Harga terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan menginap, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karini (2015), dan Karnelis (2017). Namun menurut penelitian Kavanillah & Ridlwan (2018), dan

Widyarini & Kartini (2014) harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap.

Menurut penelitian Noor (2016), Karini (2015), Chandra dan Tielung (2015), Kavanillah dan Ridlwan (2018) menyatakan bahwa Tempat terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan menginap, namun menurut Karnelis (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menginap.

Berdasarkan hasil fenomena dan penelitian terdahulu maka peneliti ingin meneliti dengan tujuan menggali informasi lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap, maka peneliti ingin menulis penelitian ini dengan judul **“Analisis Keputusan Menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta .”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan penulisan ini adalah:

- a. Untuk menguji pengaruh produk terhadap keputusan menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta.
- b. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta.
- c. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap di Airy Lebak Bulus Raya 49Z Jakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan, konsep, dan memberi kontribusi serta tambahan referensi kepada kalangan akademik, terutama bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan menginap.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk menginap seperti faktor produk, harga, dan tempat.

