

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia karena kegiatannya mendorong pengembangan beberapa sektor ekonomi. Negara Indonesia merupakan Negara yang memiliki wilayah yang sangat luas membentang dari sabang sampai merauke dan memiliki keanekaragaman suku bangsa dan kebudayaan. Indonesia juga memiliki banyak potensi pariwisata yang sangat potensial untuk dikembangkan. Dalam hal ini industri pariwisata berlomba-lomba dalam menciptakan produk wisata yang lebih bervariasi dan inovatif menyangkut pelestarian dari objek itu sendiri sesuai dengan tujuan pengembangan pariwisata yaitu untuk mengenalkan keindahan alam, budaya dan adat istiadat yang beragam.

Sebagai salah satu industri terbesar di dunia, perkembangan pariwisata diharapkan pariwisata mampu meningkatkan perekonomian sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dimana dikembangkannya pariwisata tersebut. Selain itu, pariwisata dapat memberikan manfaat bagi pelestarian alam, budaya serta lingkungan dan berkelanjutan. Tetapi pada kenyataannya, manfaat ekonomi yang diperoleh dari sektor pariwisata sering dibarengi dengan timbulnya masalah berkurangnya sumber daya alam, masalah sosial budaya, dan lingkungan. Banyak dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya perkembangan pariwisata, hal ini dikarenakan konsep pariwisata pada awalnya mengarah kepada pariwisata massal, seperti berkurangnya sumber daya alam, tercemarnya lingkungan, banyaknya pengalihan fungsi lahan produktif, dan terjadinya eksploitasi sosial-budaya serta meningkatnya kriminalitas. Hal inilah yang terjadi pada daerah-daerah yang mengembangkan pariwisata terutama pada Bali sebagai destinasi pariwisata yang sering dikunjungi wisatawan.

Pengembangan pariwisata harus didukung oleh semua aspek dan fasilitas-fasilitas pendukung pariwisata lainnya seperti: tempat penginapan (sarana akomodasi: misalnya hotel, villa, dan lain-lain), restaurant, travel agen, money changer, alat transportasi,

infrastruktur serta destinasi pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah berkaitan dengan ancaman kerusakan lingkungan akibat dari operasi dan keberadaan berbagai fasilitas pariwisata, seperti; hotel, villa, restoran, artshops, biro perjalanan dan fasilitas penunjang lainnya.

Online Travel Agent Jakarta merupakan ibu *Online Travel Agent* sekaligus sebagai *Online Travel Agent* pusat bisnis, serta salah satu *Online Travel Agent* terbesar di Negara Republik Indonesia. Dapat kita lihat bahwa sangat banyak event nasional maupun internasional yang diadakan di Indonesia yang berfokus di *Online Travel Agent* Jakarta dan sekitarnya. Seperti pada tahun 2018 lalu yaitu pagelaran ASEAN GAMES 2018. Oleh karena itu, akan banyak pengunjung yang akan datang ke *Online Travel Agent* Jakarta dengan berbagai tujuannya masing-masing. Ada yang datang dengan tujuan menyelesaikan perjalanan bisnis, datang dengan tujuan diplomasi, dan masih banyak tujuan lainnya. Dengan peluang ini, dapat kita gunakan dalam berbagai pengembangan industri. Industri pariwisata dan perkembangan perekonomian daerah sebagai contohnya. Banyaknya pengunjung di suatu *Online Travel Agent* akan berpengaruh ke sektor lain. Dari sisi perkembangan ekonomi, secara tidak langsung pengunjung mampu meningkatkan perekonomian sekitar karena mampu meningkatkan bisnis para warga lokal. Untuk sisi pariwisata, membangun tempat wisata di *Online Travel Agent* yang cukup banyak pengunjung adalah suatu keuntungan. Namun dari sisi lain, *Online Travel Agent* tersebut harus mempersiapkan akomodasi demi memenuhi kebutuhan para pengunjung yang datang. Pengunjung tersebut secara tidak langsung akan membutuhkan tempat tinggal, makan, minum, dan hiburan.

Salah satu akomodasi yang paling penting untuk menunjang pariwisata adalah hotel. Definisi Hotel Menurut Surat Keputusan Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT-86 dalam (Sulastiyono, 2011:6), hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan dan fasilitas makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil. Sedangkan menurut Hotel Proprietors Act dalam (Sulastiyono, 2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan dan minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa

adanya perjanjian khusus. Selanjutnya pengertian yang menurut penulis menyebutkan bahwa hotel adalah usaha komersil yang menyediakan tempat menginap, makanan dan minuman, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Alasan saya memilih hotel adalah karena hotel dapat kita kaitkan pada kedua perkembangan yang sudah saya jelaskan di atas. Hotel merupakan suatu akomodasi yang menunjang perkembangan pariwisata karena menyediakan tempat beristirahat para pengunjung untuk menginap. Dengan kata lain, hotel merupakan fasilitas pendukung pariwisata di daerah tersebut. Dalam bidang perekonomian, hotel dapat menampung tenaga kerja dalam jumlah banyak, belum lagi pengaruhnya dalam meningkatkan nilai tanah dan area di sekitar hotel. Imbas lain adalah peningkatan bisnis warga lokal dari para tamu yang menginap di hotel tersebut.

Berhasil tidaknya suatu usaha perhotelan sangat tergantung pada *room occupancy rate* (tingkat hunian kamar), yakni persentase dari kamar-kamar hotel yang bisa terisi atau disewa oleh tamu dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang dapat disewakan, diperhitungkan dalam jangka waktu tertentu (misalnya bulanan atau tahunan. Dari *room occupancy rate* ini bisa dilihat maju mundurnya hotel tersebut secara komersial, kemudian juga dapat dilihat dalam bulan apa hotel berada dalam low season atau peak season, serta bagaimana mengatasi dalam masa-masa low season, bagaimana prospeknya bila direncanakan penambahan kamar, dan berbagai kebijakan lain yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Demi meningkatkan tingkat hunian kamar, tentu saja pihak hotel harus bisa memahami keinginan pasar yang ditunjang dengan suatu strategi pemasaran yang baik. Hotel sebagai perusahaan jasa dapat menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dan dikenal dengan strategi pemasaran jasa. Strategi pemasaran jasa terdiri dari komponen atau alat-alat pemasaran yang saling terintegasi yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence* yang tentunya harus selalu mengikuti perkembangan *marketing trend*.

Untuk menunjang perkembangan tersebut, maka perlu dilakukan suatu perancangan strategi pemasaran hotel tersebut agar selalu ramai dikunjungi. Dalam proses ini, suatu hotel tidak bisa lepas dari perkembangan zaman yang sudah menggunakan teknologi dalam seluruh aspek kehidupan dan sudah sepatutnya ini dijadikan peluang untuk mempermudah proses pemasaran. Di Indonesia wisatawan yang mendominasi berusia antara 15-44 tahun,

berjumlah lebih dari 116 juta wisatawan dan merupakan usia produktif negara berkembang (Husein et al., 2015: 3). Fenomena ini menunjukkan bahwa generasi Z atau milenial merupakan potensi besar bagi berbagai industri pada masa yang akan datang. Setiawan et al. (2018) menyatakan bahwa generasi Z diperkirakan akan menjadi target pasar utama pada lima sampai sepuluh tahun mendatang. *Online user* atau pengguna media online telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap online hotel *bookings*, terutama dalam mengubah model bisnis hotel menjadi lebih berbasis data digital. Fenomena ini mendorong para manajer hotel untuk lebih memahami perilaku dan perkembangan konsumen dan jalur distribusi pada era milenial (Ya et al., 2011: 638; Thakran & Verma, 2013: 240).

Meskipun agen perjalanan tradisional telah memainkan peran penting sebagai penghubung antara wisatawan dan hotel, namun perkembangan teknologi dan internet telah mengubah hubungan tradisional antara hotel dan agen perjalanan. Saat ini agen perjalanan online (*Online Travel Agent*) tampaknya tidak hanya sebagai perantara, namun juga lebih sebagai mitra bisnis atau vendor (Lee et al., 2013: 95; Law et al., 2007: 495). Oleh karenanya *Online Travel Agent* dianggap memberikan dampak yang besar pada penjualan dan promosi melalui media online (Inversini & Masiero, 2014:272; Xie et al., 2014: 10).

Dari perspektif akademisi, fenomena ini masih cukup dipertanyakan terkait peran *Online Travel Agent* terhadap occupancy suatu hotel. Oleh karenanya, penelitian ini tertarik untuk mengkaji pengaruh online *distribution channels* terhadap suatu hotel berbintang 4 di Jakarta dengan mengambil lokasi pada hotel Park Regis Arion Kemang karena dari hasil pengalaman magang penulis, penulis mendapatkan suatu hal menarik yang ingin diteliti lebih dalam, yaitu begitu banyaknya wisatawan atau tamu datang ke hotel yang sudah melakukan reservasi sebelumnya dan memiliki hotel voucher. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara jalur distribusi online, khususnya *Online Travel Agent* terhadap occupancy hotel dilihat dari sisi pendapatannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan peran penting *Online Travel Agent* bagi perkembangan bisnis hotel dimasa yang akan datang.

**Perkembangan Tingkat Hunian Kamar Hotel Aston Palembang
Bulan Agustus 2011 s/d Desember 2011**

Bulan	Tahun	Jumlah Kamar	Kamar yang Terjual	Tingkat Occupancy (%)
Agustus	2011	163	1536	29,212
September	2011	163	1876	34,528
Oktober	2011	163	2018	38,379
November	2011	163	1982	36,479
Desember	2011	163	2014	38,303

Sumber : Hotel Aston Palembang

Sumber: <https://www.slideshare.net/ArdhaSalim/bauran-pemasaran>

Gambar 1. 1

Tingkat hunian kamar di hotel Aston Palembang tahun 2011

Pada gambar 1.1, sebagai contoh, dapat dikatakan bahwa tingkat hunian di Hotel Aston Palembang tahun 2011 semakin meningkat dari bulan Agustus sampai bulan Desember. Hal ini tidak terlepas dari peran perkembangan Online Travel Agent dalam mendukung tingkat hunian kamar di hotel tersebut dimana Online Travel Agent menawarkan kemudahan bagi calon tamu untuk melakukan pemesanan kamar dengan efektif dan efisien.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah seperti:

- a. Bagaimana tingkat hunian kamar berdasarkan tamu yang melakukan pemesanan kamar melalui *Online Travel Agent* dan *walk-in* di hotel Park Regis Arion Kemang tahun 2018?
- b. Bagaimana pendapatan kamar dari *Online Travel Agent* & *walk-in* di hotel Park Regis Arion Kemang tahun 2018?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mengetahui jumlah tingkat hunian kamar berdasarkan tamu yang melakukan pemesanan kamar melalui *Online Travel Agent* dan *walk-in* di hotel Park Regis Arion Kemang tahun 2018.
- b. Mengetahui pendapatan kamar dari *Online Travel Agent* & *walk-in* di hotel Park Regis Arion Kemang tahun 2018.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian jika tercapai, hasil penelitian akan memiliki manfaat teoritis dan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Bagi Prodi Perhotelan
Penelitian ini digunakan untuk memberi gambaran mengenai keunggulan penggunaan *Online Travel Agent* yang memberikan beberapa keuntungan terhadap hotel yang menggunakan jasa *Online Travel Agent*.
- b. Bagi Penulis
Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis mengenai cara kerja sistem *Online Travel Agent* dapat mempengaruhi keuntungan bagi hotel.
- c. Bagi Peneliti Lebih Lanjut
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penulis selanjutnya yang akan mengenai *Online Travel Agent* dan pengaruhnya terhadap suatu hotel.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para calon pengusaha akomodasi, pengelola destinasi wisata, dan semua pengusaha hotel di Indonesia agar dapat dijadikan suatu pertimbangan seberapa besar pengaruh *Online Travel Agent* bagi suatu hotel.

- b. Memberikan informasi mengenai keuntungan penggunaan *Online Travel Agent* yang berpengaruh terhadap jumlah tamu dan pendapatan dari penjualan kamar di hotel Park Regis Arion Kemang dalam kurun waktu satu tahun terakhir.