

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Industri perhotelan merupakan suatu industri yang berlaku untuk hampir semua perusahaan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan dan berfokus pada pemenuhan kebutuhan santai hingga kebutuhan dasar. Industri ini terbagi ke dalam beberapa aspek karena pada dasarnya industri perhotelan adalah kategori luas bidang dalam industri jasa yang mencakup penginapan, perencanaan acara, taman hiburan, transportasi, jalur pelayaran, dan bidang tambahan dalam industri pariwisata. (hospitality.net.org, 2021)

Sebagai salah satu bagian dari industri tersebut, unit perhotelan seperti restoran, hotel, atau taman hiburan terdiri dari unit-unit seperti pemeliharaan fasilitas dan operasi langsung (server, pembantu rumah tangga, porter, pekerja dapur, bartender, manajemen, pemasaran, dan sumber daya manusia, dll.). Industri perhotelan adalah industri bernilai miliaran dolar yang bergantung pada ketersediaan waktu luang, pendapatan yang dapat dibelanjakan, dan kepuasan pelanggan sepenuhnya. Ada empat segmen industri perhotelan yaitu Makanan dan Minuman, Perjalanan dan Pariwisata, Penginapan, dan Rekreasi. (hospitality.net.org, 2021)

1. Makanan dan Minuman, sektor yang secara profesional dikenal dengan inisial F&B merupakan segmen terbesar dari industri perhotelan. Industri F&B diperkirakan menyediakan 50% dari semua makanan yang dimakan di Indonesia saat ini. Ini terdiri dari perusahaan yang terutama terlibat dalam menyiapkan makanan, makanan ringan, dan minuman untuk konsumsi langsung di dalam dan di luar tempat. Ketika sebuah restoran adalah bagian dari sebuah hotel, layanan yang diberikannya dapat meningkatkan pengalaman tamu dengan menyediakan makanan yang sangat baik dan

layanan pelanggan kelas satu. Ini dapat berfungsi secara simbiosis sebagai bagian dari bisnis lain, seperti di arena *bowling* atau bioskop.

2. Perjalanan dan Pariwisata, berurusan dengan layanan yang berkaitan dengan perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain. Bus, taksi, pesawat, kapal, kereta api, dan sebagainya adalah bagian dari industri perjalanan. Perjalanan waktu luang adalah ketika seseorang menghabiskan uang untuk penginapan, makanan, dan rekreasi saat melakukan perjalanan liburan, dan perjalanan bisnis adalah ketika seseorang melakukan perjalanan untuk bekerja dan menghabiskan uang untuk penginapan dan makanan. Beberapa orang juga menghabiskan waktu untuk rekreasi saat dalam perjalanan bisnis. Fungsi utama dari pariwisata adalah untuk mendorong orang melakukan perjalanan. Ketika orang bepergian, baik untuk bisnis atau liburan, mereka menghabiskan uang untuk perhotelan.
3. Penginapan, berarti akomodasi untuk suatu jangka waktu atau tempat tidur selama satu malam atau lebih. Hotel mewah, hostel pemuda, hostel tua, perkemahan, motel, dan bisnis lain yang menyediakan tempat bagi orang untuk tidur semalaman semuanya ada di industri penginapan. Bisnis penginapan memasarkan ke segmen pasar lain seperti pelancong bisnis, pelancong liburan, pelancong jangka panjang, pelancong anggaran, dan pelancong khusus seperti orang yang bekerja dengan pemerintah, maskapai penerbangan, dan militer.
4. Rekreasi, adalah setiap kegiatan yang dilakukan orang untuk istirahat, relaksasi, dan kesenangan. Tujuan rekreasi adalah untuk menyegarkan kembali tubuh dan pikiran seseorang. Setiap usaha yang menyediakan kegiatan untuk istirahat, relaksasi dan kesenangan, untuk menyegarkan tubuh dan pikiran seseorang adalah dalam usaha rekreasi. Usaha hiburan yang menyediakan pertunjukan seperti film atau teater, atraksi yang merupakan tempat kunjungan minat khusus seperti kebun binatang dan museum, olahraga penonton dan olahraga partisipatif merupakan bagian dari usaha rekreasi.

Adapun alasan peneliti memilih industri perhotelan khususnya segmen penginapan sebagai objek pada penelitian ini, karena terdapat beberapa alasan yang mendasari keputusan peneliti.

1. Industri yang memiliki peluang berkembang.
2. Proses mutasi layanan selama terjadinya COVID, dimana hotel sebagai tempat melakukan karantina mandiri.
3. Munculnya trend *staycation* akibat regulasi pemerintah yaitu PPKM.
4. Salah satu industri dengan sumbangan cukup besar terhadap perekonomian Indonesia melalui PDB. (travel.detik.com, 2021)

1.2 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan keindahan alamnya dan letaknya yang strategis membuat Indonesia menjadi salah satu pilihan yang wajib masuk ke dalam daftar tempat tujuan liburan oleh masyarakat mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana perkembangan industri pariwisata di Indonesia saat ini. Industri pariwisata Indonesia telah menjadi salah satu industri terkuat untuk menghasilkan manfaat ekonomi untuk Indonesia karena memberikan nilai yang cukup besar terhadap PDB Indonesia. Pada tahun 2019 industri pariwisata berhasil memberikan manfaat ekonomi sebesar 4,7% dan pada tahun 2020 industri pariwisata berhasil memberikan manfaat ekonomi sebesar 4,1% terhadap PDB Indonesia (kemenparekraf.go.id, 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa industri pariwisata berperan penting terhadap kemajuan perekonomian di Indonesia.

Penurunan tersebut tidak lain merupakan akibat yang diberikan oleh peristiwa pandemi yang merusak seluruh ekosistem kehidupan manusia di bumi termasuk salah satunya di Indonesia yang mulai masuk sejak 2 Maret 2020. Adapun beberapa dampak yang diakibatkan Covid-19 terhadap perekonomian antara lain.

Tabel 1. 1 Dampak Virus Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia

No.	Dampak
1	Perekonomian Indonesia 2020 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp15.434,2 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp56,9 juta atau US\$3.911,7.

(bersambung)

(sambungan)

-
- 2 Ekonomi Indonesia tahun 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07 persen (c-to-c) dibandingkan tahun 2019. Dari sisi produksi, kontraksi pertumbuhan terdalam terjadi pada Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 15,04 persen. Sementara itu, dari sisi pengeluaran hampir semua komponen terkontraksi, Komponen Ekspor Barang dan Jasa menjadi komponen dengan kontraksi terdalam sebesar 7,70 persen. Sementara, Impor Barang dan Jasa yang merupakan faktor pengurang terkontraksi sebesar 14,71 persen.

 - 3 Ekonomi Indonesia triwulan IV-2020 terhadap triwulan IV-2019 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,19 persen (y-on-y). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami kontraksi pertumbuhan terdalam sebesar 13,42 persen. Dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami kontraksi pertumbuhan terdalam sebesar 7,21 persen. Sementara, Impor Barang dan Jasa yang merupakan faktor pengurang terkontraksi sebesar 13,52 persen.

 - 4 Ekonomi Indonesia triwulan IV-2020 terhadap triwulan sebelumnya mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 0,42 persen (q-to-q). Dari sisi produksi, kontraksi pertumbuhan terdalam terjadi pada Lapangan Usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 20,15 persen. Dari sisi pengeluaran, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh Komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah (PK-P) yang tumbuh sebesar 27,15 persen.

 - 5 Struktur ekonomi Indonesia secara spasial pada 2020 didominasi oleh kelompok provinsi di Pulau Jawa sebesar 58,75 persen, dengan kinerja ekonomi yang mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,51 persen.
-

Sumber: *bps.go.id* (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa ekonomi Indonesia 2020 turun sebesar 2,07 Persen (c-to-c). Hal tersebut juga ditandai dengan menurunnya pendapatan per-kapita masyarakat di Indonesia karena berkurangnya jam kerja, pemotongan bonus dan upah per jam kerja operasional dan pemberhentian sementara waktu para pekerja. Akibatnya seluruh sektor Industri di Indonesia terkena dampaknya, termasuk industri pariwisata yaitu perhotelan.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa salah satu produk dan jasa pada sektor industri pariwisata tersebut adalah hotel yang menyediakan jasa untuk menginap dan pemberian sarana pemenuhan pangan melalui restoran yang tersedia pada fasilitas hotel tersebut. Tentunya pada saat seseorang ingin berlibur dan melakukan suatu perjalanan membutuhkan suatu akomodasi tempat tinggal seperti hotel, hostel ataupun vila. Namun karena bencana *pandemic* melanda kegiatan

berlibur pun tergantikan dengan kegiatan *staycation* yaitu kegiatan untuk menginap di suatu hotel dalam waktu singkat untuk menghilangkan beban dan melakukan *healing* (solopos.com, 2020). Adapun berbagai kota di Indonesia yang menjadi tempat paling disukai untuk melakukan *staycation* ditunjukkan oleh tabel berikut ini.

Tabel 1. 2 Daerah Favorit Untuk Staycation

Daerah	Peringkat
Bandung	1
Ubud	2
Pusat Jakarta	3
Moyo	4
Puncak	5

Sumber: solopos.com (2020)

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut dapat diketahui bahwa Bandung menjadi daerah paling difavoritkan untuk melakukan *staycation*, kemudian disusul oleh Ubud di peringkat kedua, lalu Pusat Jakarta, Disusul Moyo dan terakhir yaitu Puncak. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Bandung merupakan tempat paling favorit selama *pandemic* terjadi untuk melakukan *staycation*.

Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa Bandung merupakan salah satu kota dengan peringkat kedua dari 7 kota wisata Indonesia yang paling terkenal (cnindonesia.com, 2021). Oleh karenanya Bandung dipilih oleh peneliti sebagai tempat untuk melakukan penelitian saat ini.

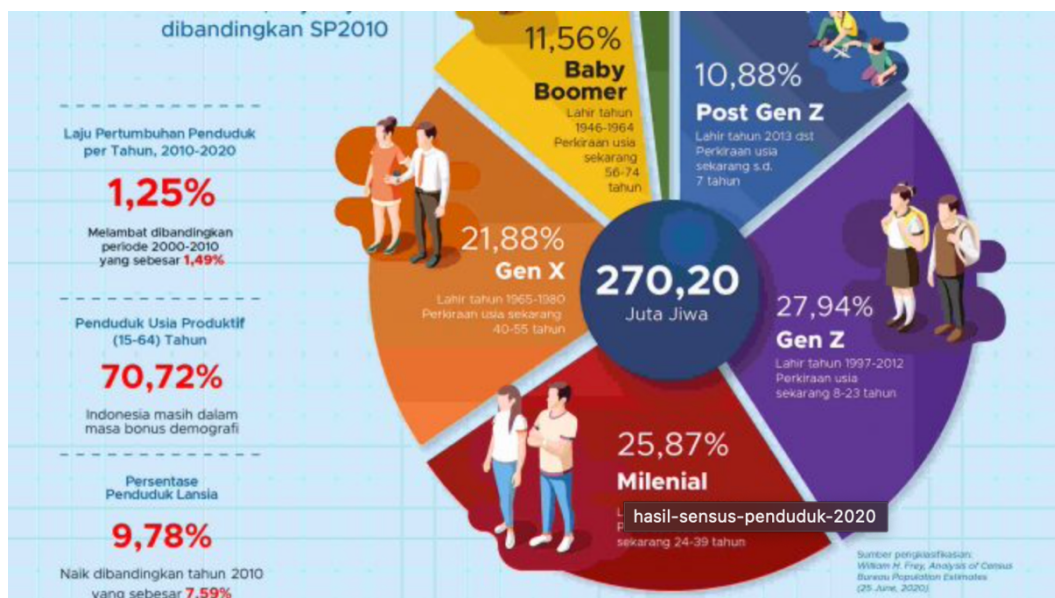
Selain itu juga Bandung merupakan daerah dengan masyarakat usia produktif paling banyak dibandingkan daerah lainnya (databoks.katadata.co.id, 2021). Hal ini ditunjukkan tingginya jumlah mahasiswa ataupun bukan mahasiswa yang memiliki rentang usia antara 16-64 tahun (databoks.katadata.co.id, 2021). Selain itu juga, berdasarkan asosiasi pariwisata Indonesia (ASITA) menyebutkan bahwa, salah satu kategori generasi yang paling menggemari kegiatan tren *staycation* adalah masyarakat golongan usia milenial yang merupakan bagian dari usia produktif. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1. 1 Persebaran Usia Produktif di Pulau Jawa

Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa dari tahun 2010 hingga 2035 pulau Jawa yang mendominasi dengan penduduk usia produktif paling banyak adalah Jawa Barat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Jawa Barat menjadi provinsi paling banyak untuk masyarakat usia produktifnya. Selain itu untuk menggambarkan secara jelas usia produktif saat ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. 2 Persentase Usia Produktif

Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa, usia produktif adalah usia yang tergolong atas beberapa generasi, seperti Gen Z, Millennial, Gen X dan Baby Boomer. Alasan peneliti memilih usia produktif, karena selain merupakan golongan usia paling banyak di Jawa Barat, khususnya Bandung, masyarakat usia produktif juga merupakan masyarakat dengan demografis usia yang sudah berpendapatan sehingga sesuai dengan kegiatan trend *staycation* yang membutuhkan kisaran sekian ratus ribu untuk satu kali menginap.

Melihat budaya dan perubahan trend menginap seperti *staycation* tentunya membutuhkan sebuah inovasi yang cukup besar dari industri perhotelan sendiri. Karena pada dasarnya perubahan tersebut dilakukan untuk beradaptasi dengan keadaan saat ini dan sekaligus sebagai solusi untuk tetap menjalankan bisnis perhotelan saat ini. Namun selain itu perlu diketahui bahwa hasil akumulasi total wisatawan yang berkunjung ke Bandung pada tahun terakhir telah turun sebanyak 50% (humas.bandung.go.id, 2021).

Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun Bandung merupakan daerah favorit untuk melaksanakan *staycation*, sebagai daerah wisata paling terkenal, namun kinerjanya masih belum maksimal karena terjadi perubahan budaya dan trend menginap di hotel saat *pandemic*. Karena terjadinya perubahan perilaku konsumen yang terjadi akibat munculnya *pandemic*, harus segera disikapi oleh pelaku perhotelan agar dapat melakukan *recovery* dan juga penelitian sebelumnya tentang turis yang dilakukan sebelum *pandemic* terjadi sudah tidak valid lagi.

Oleh karena itu sangat dibutuhkan suatu strategi untuk menarik pelanggan lebih banyak melalui suatu strategi pemasaran yang dibangun melalui preferensi pelanggan. Artinya, dibutuhkan informasi mengenai apa yang menjadi alasan seorang pengunjung ketika berkunjung ke Bandung ataupun domisili Bandung ketika memilih suatu hotel untuk menginap.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa, untuk para pelancong, perjalanan bisnis sederhana menjadi lebih dari sebuah pengalaman (Herjanto et al., 2020). Selain itu juga dianggap bahwa bepergian juga berfungsi sebagai penghilang stres dan kesempatan untuk melepaskan diri dari pekerjaan sambil menikmati pemandangan baru dan budaya lokal (Landers 2018). Ditambah lagi pada studi

terbaru mencatat bahwa desain estetika (Khan et al., 2017) juga bertanggung jawab untuk meningkatkan daya tarik hotel di kalangan wisatawan.

Selain pengalaman pengambilan keputusan perjalanan, sejumlah peneliti juga telah menyelidiki perilaku wisatawan di tempat. Selama perjalanan mereka, pelancong cenderung memanjakan diri dengan menghabiskan uang ekstra untuk memesan layanan kamar, mengunjungi *lounge* atau bar hotel, dan membeli memorabilia perjalanan dari toko souvenir (Dev dan Kumar, 2019). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelancong cenderung menghabiskan lebih banyak uang, yang dianggap sebagai sumber pendapatan penting bagi industri perhotelan. Akibatnya, industri perhotelan tidak boleh melewatkan target pasar yang sedang berkembang ini.

Berbagai fenomena yang sudah ditampilkan menunjukkan bahwa besaran pendapatan industri perhotelan memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian di Kota Bandung, selain itu Kota Bandung juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan peran terhadap perekonomian karena memiliki peluang besar dimana Bandung sebagai kota paling favorit dan terkenal sebagai destinasi wisata dan *staycation*. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS PREFERENSI PEMILIHAN HOTEL DI BANDUNG PADA KONSUMEN USIA PRODUKTIF".

1.3 Perumusan Masalah

Sebagai salah satu industri perhotelan memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian di Kota Bandung dengan nilai manfaat ekonomi 4,7%, namun, karena kemunculan fenomena pandemi COVID-19 yang mengakibatkan penurunan nilai manfaat ekonomi menjadi 4,1% dan terjadi perubahan fungsi hotel yaitu tempat untuk menginap dan beristirahat menjadi tempat untuk melakukan trend wisata untuk menginap di hotel dalam rangka melakukan wisata dan *healing* secara mental (*staycation*) (solopos.com 2020).

Selain itu Kota Bandung memiliki potensi besar dalam meningkatkan peran terhadap perekonomian karena memiliki peluang besar dimana Bandung sebagai kota paling favorit dan terkenal sebagai destinasi wisata dan *staycation* dan kota

dengan populasi usia produktif paling banyak dibandingkan dengan wilayah Indonesia lainnya. Namun, ditemukan bahwa hingga pada saat ini terjadi penurunan jumlah wisatawan yang masuk ke Kota Bandung (humas.bandung.go.id, 2021).

Sehingga untuk meningkatkannya perlu sebuah penerapan strategi pemasaran dengan melihat preferensi sebagai dasar pembuatan strategi tersebut agar strategi yang dibuat dapat akurat dan tepat sasaran dengan calon konsumen ataupun pelanggan setianya, sehingga perlu dilakukan sebuah penelitian preferensi untuk memaksimalkan pendapatan dan kinerja pemasaran perhotelan di Kota Bandung, sehingga munculah pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apa saja yang menjadi preferensi konsumen usia produktif dalam memilih hotel di Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa saja yang menjadi preferensi konsumen usia produktif dalam memilih hotel di Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang manfaat dari penelitian ini dibagi atas dua bagian sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Aspek teoritis dari penelitian ini adalah untuk menerapkan teori-teori *marketing* khususnya yang terkait dengan preferensi konsumen, memberikan informasi mengenai atribut, level dan stimuli hotel manakah yang paling disukai bagi konsumen usia produktif di Bandung, memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan/referensi yang sedang mempelajari dan mendalami ilmu pemasaran.

2. Aspek Praktis

Aspek praktis dari penelitian ini dapat digunakan oleh industri Hotel di Bandung sebagai sumber penyusunan strategi pengembangan, inovasi, maupun kolaborasi dalam atribut, level dan stimuli hotel manakah yang menjadi pilihan

konsumen usia produktif di Bandung. Sehingga hotel akan tepat menggunakan kombinasi dan mencapai target yang diinginkan serta tepat sasaran.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa hal yang membatasi yang bertujuan untuk mencegah permasalahan meluas dan menjaga konsistensi dari tujuan peneliti. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Periode pengamatan adalah Desember 2021-Maret 2022.
- 2) Masyarakat yang dijadikan responden adalah masyarakat usia produktif yang berada di Indonesia.
- 3) Deskripsi atribut, level dan stimuli hotel manakah yang menjadi pilihan konsumen usia produktif Indonesia.

1.7 Sistematika Tugas Akhir

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama menunjukkan beberapa penjelasan secara general, ringkas, dan padat mengenai fenomena dan isi penelitian

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab kedua menggambarkan tentang teori yang digunakan dan berhubungan dengan topik dan variabel penelitian, hal tersebut dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisikan sebuah penjelasan terkait pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian sehingga penulisan pada bab keempat dapat dilaksanakan.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat adalah bab yang berisikan penguraian hasil dari penelitian yang dilakukan penulis terhadap objek yang diteliti penulis beserta pembahasan

yang terdiri dari analisis responden terhadap variabel, analisis statistik, dan analisis pengaruh variabel.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima merupakan bagian dari penelitian akhir yang biasanya berisi kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran yang diberikan yang diharapkan akan bermanfaat baik bagi objek penelitian dan pihak-pihak lain yang berkepentingan pada penelitian ini.