

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan pariwisata di Indonesia luar biasa dan beragam, antara lain: cagar budaya, pariwisata industri, pariwisata sejarah dan keraton, pariwisata kreatif, serta pariwisata budaya priangan dan alam bahari. Perkembangan pariwisata ini dikembangkan karena Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan budaya dan objek wisata, begitupula dengan Provinsi Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat merupakan Provinsi yang luas dengan berbagai Kabupaten dan Kota dengan letak yang strategis dalam kegiatan perekonomiannya terutama dalam pariwisata. Letak geografis Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan ibukota negara Indonesia yaitu DKI Jakarta, menjadikan Jawa Barat memiliki potensi yang strategis bagi pengembangan pariwisata. Selain merupakan pintu gerbang utama Indonesia, DKI Jakarta juga merupakan sumber pasar wisatawan. Disamping itu, keragaman daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten / Kota di Jawa Barat memberikan alternatif pilihan berwisata yang lebih bervariasi bagi wisatawan.



Gambar 1.1 Logo Pariwisata Jawa Barat

Sumber: Disparbud Provinsi Jawa Barat (2021)

Berdasarkan analisis Augustine dan Aghniary dalam thesis yang berjudul Analisis logo Smiling West Java: Analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada logo Pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat (2020), Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat membentuk logo Smiling West Java yang diawali dengan tahap

pertama, simbol-simbol yang terdapat dalam logo Smiling West Java yaitu, bentuk peta geografis Jawa Barat, dan bentuk senyuman. Tahap kedua, makna simbol picture mark, letter mark, warna, dan komposisi dalam logo *Smiling West Java* yaitu, menampilkan keindahan alam, menampilkan keramahan, menggunakan huruf *custom typeface*, menggunakan tipografi yang dinamis, menggunakan komposisi yang seimbang, warna kuning dari warna matahari, warna hijau dari warna pepohonan, dan warna biru dari warna sungai/air. Tahap ketiga, makna logo *Smiling West Java* dikonstruksi oleh perusahaan yaitu pesan keramahan masyarakat Jawa Barat

Provinsi Jawa Barat memiliki potensi alam, budaya, dan wisata yang beragam. Sejak tahun 2015 DISPARBUD Jawa Barat melakukan Pengembangan kepariwisataan di wilayah Provinsi Jawa Barat dalam kurun waktu dari tahun 2015-2025. Tujuannya antara lain: mewujudkan pengembangan potensi pariwisata alam dan budaya, mewujudkan pembangunan dan pengembangan pariwisata buatan dan industri kreatif khas Jawa Barat dalam membentuk identitas kepariwisataan Daerah Provinsi. Potensi wisata yang dapat menarik wisatawan memberikan perubahan pada perekonomian Jawa Barat. Wisatawan baik mancanegara maupun nusantara yang mengunjungi Jawa Barat pastinya membutuhkan makan, minum, penginapan dan membeli oleh-oleh yang akan membuat industri pengolahan pun meningkat. Sektor pariwisata yang terus meningkat akan mempengaruhi sektor lainnya.

Seiring berkembangnya daya tarik wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat, hal tersebutlah yang membuat Jawa Barat semakin terkenal, yang pada akhirnya akan berdampak pada industri pariwisata dan perhotelan menjadi semakin diminati. Akomodasi perhotelan tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata, tanpa kegiatan kepariwisataan dapat dikatakan akomodasi perhotelan akan lumpuh. Sebaliknya pariwisata tanpa hotel merupakan suatu hal yang tidak mungkin, jika berbicara pariwisata sebagai suatu industri. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructures*). Ini berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada banyak atau sedikitnya wisatawan yang datang. Bila di umpamakan industri pariwisata itu sebagai suatu bangunan, maka sektor perhotelan merupakan tiangnya.

Hotel merupakan salah satu penunjang pariwisata yang terpenting untuk menarik minat pendatang dalam menikmati sajian jasa pariwisata di Provinsi Jawa Barat. Pariwisata sendiri telah menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar dan tumbuh paling pesat di dunia. Bagi Indonesia, khususnya Jawa Barat, pariwisata merupakan sektor yang penting dalam perekonomian, baik sebagai sumber penghasil devisa negara, pencipta lapangan kerja dan kesempatan berusaha serta pemerataan pendapatan.

Kekayaan alam berupa keindahan alam, khazanah peninggalan sejarah, keunikan adat budaya berbagai suku bangsa dan aneka atraksi festival serta budaya merupakan potensi pariwisata yang besar bagi Jawa Barat. Berbagai program pengembangan pariwisata terus ditingkatkan melalui perluasan dan pemanfaatan potensi pariwisata nasional, sehingga menjadi kegiatan ekonomi yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Selain itu kegiatan pariwisata juga diharapkan dapat mengenalkan Jawa Barat ke dunia internasional, sehingga mereka tertarik untuk mengunjungi Jawa Barat. Setiap tahun jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Barat terus meningkat, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Peningkatan ini perlu diimbangi dengan peningkatan penyediaan kamar hotel maupun akomodasi lainnya, sehingga tidak menimbulkan kesenjangan antara permintaan dan penawaran atas kamar/akomodasi. Penambahan jumlah hotel di wilayah Jawa Barat mengisyaratkan potensi yang besar harus terus dikembangkan.

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Hunian Kamar Hotel di Provinsi Jawa Barat

Bulan dan Jumlah	Persentase Tingkat Penghunian Kamar Hotel		
	Hotel Bintang & Non Bintang		
	2018	2019	2020
Januari	49,34	50,07	45,96
Februari	53,47	48,08	46,47
Maret	55,72	48,81	28,73
April	51,80	49,19	8,02
Mei	45,18	36,47	13,35
Juni	47,25	47,57	-
Juli	53,16	49,03	-
Agustus	51,79	46,26	-
September	56,99	47,57	-
Oktober	56,63	50,36	-
November	60,30	51,59	-

Desember	60,92	54,82	-
Jumlah	44,54	48,32	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2020)

Berdasarkan data dari BPS Provinsi Jawa Barat, rata-rata tingkat hunian kamar hotel dari Tahun 2018-2020 mengalami kenaikan persentase sejumlah 3,78%. Hanya saja, di Tahun 2020 industri pariwisata dan perhotelan terdampak pandemi Covid-19 sehingga data tingkat hunian di Tahun 2020 dari bulan Juni-Desember tidak valid.

Bisnis perhotelan di Provinsi Jawa Barat memegang peranan penting setelah Jakarta dan Bali. Dalam kurun lima tahun, 2013-2018, permintaan akomodasi di Provinsi Jawa Barat melonjak lebih dari dua kali lipat menjadi sebanyak 6 juta malam tamu (*guest nights*) untuk 460 hotel yang mencakup 43.000 kamar. Menurut Pengamat Perhotelan Ross Woods, laju pertumbuhan majemuk tahunan atau *compound annual growth rate* (CAGR) hotel-hotel di Jawa Barat menunjukkan pertumbuhan sebesar 16,4 persen. Rinciannya, CAGR tamu domestik meningkat 16,4 persen, dan tamu asing 11,6 persen. Selain itu, semakin ketatnya persaingan antarhotel berbintang telah mengubah preferensi pasar domestik. Terbukti, akomodasi non-berbintang ikut tumbuh dengan CAGR sebesar 8,8 persen. Tak mengherankan jika empat dari 25 besar dan tujuh teratas dari 50 kota besar di Indonesia, berada di kota-kota Jawa Barat. Termasuk Bandung, Bekasi, Depok, dan Bogor. Di kota-kota ini, tercatat lebih dari 180 hotel berbintang yang mencakup 15.000 kamar. Kota Bandung menguasai dengan jumlah 57 persen dari total malam tamu selama 2018. Berdasarkan pengamatan diatas, bisnis perhotelan di Provinsi Jawa Barat semakin berkembang pesat dan berupaya untuk meningkatkan kenyamanan para turis domestik maupun mancanegara dengan mengatur strategi dan menjalankan fungsi-fungsi yang ada. Sehingga objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan Industri Perhotelan di Provinsi Jawa Barat.

1.2 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor industri terpenting pada suatu negara untuk meningkatkan perekonomian negara, kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2019 sebesar 4,80 persen. Nilai tersebut meningkat 0,30 poin dibandingkan tahun lalu. Peningkatan kontribusi pariwisata ke

PDB didorong oleh meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, dan investasi (kompasiana.com,2020).

Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, Industri pariwisata merupakan salah satu industri dengan penyumbang penghasilan terbesar di Indonesia setelah minyak bumi, gas, batu bara, dan kelapa sawit. Sektor pariwisata juga akan ditargetkan menjadi *core economy* dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia untuk lima tahun kedepan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Presiden Joko Widodo dalam rapat terbatas yang mencanangkan akan menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor yang penyumbang devisa terbesar, karena menurutnya sektor pariwisata memiliki sumber daya yang tidak terbatas dan tidak akan habis sehingga diharapkan mampu menyandang fungsi penyumbang devisa terbesar di atas sektor-sektor lainnya (travel.detik.com,2020).

Di Indonesia salah satu provinsi yang mempunyai potensi dengan banyaknya tempat wisata adalah Provinsi Jawa Barat (Komalasari, 2017, hal.4). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu penyumbang PDB nasional terbesar setelah Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa timur. Pangsa PDRB Jawa Barat terhadap PDB nasional mencapai 13,30% pada triwulan III-2019, atau sebesar Rp 307,37 Triliun. Anggota Dewan Komisioner OJK, Ilya Avianty, menyampaikan bahwa dari jumlah tersebut sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 4%, devisa yang dihasilkan sekitar Rp 155 triliun dan lapangan kerja yang dicipitakan sebanyak 11,3 juta (kompasiana.com,2020).

Menteri Pariwisata, Arief Yahya, menjelaskan bahwa Provinsi Jawa Barat dengan beragam kekayaan alam dan sumber dayanya sangat potensial untuk menjadi destinasi wisata terbaik di Indonesia. Alasannya karena di Provinsi Jawa Barat terdapat Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Sukabumi (Cikidang) dan Pangandaran Serta masih ada lima lainnya termasuk di Bandung Barat. Tujuannya tidak lain untuk mempermudah arus investasi pariwisata. Dari sisi kuliner, Jawa Barat sangat terdukung karena sejak era Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Marie Elka Pangestu, Jawa Barat telah dipilih sebagai model pengembangan wisata kuliner yang bersertifikasi UNWTO sebagai destinasi kuliner tingkat dunia (travel.detik.com,2020). Terdapat dua faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk

datang ke lokasi wisata, yakni faktor determinan dan faktor motivasi (Lohmann et al., 2017).

Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang menawarkan banyak sekali tempat wisata, baik wisata alam, tempat kuliner, *mall*, dan *factory outlet*. Hal tersebut membuat Provinsi Jawa Barat menjadi sangat diminati oleh para wisatawan domestik atau mancanegara (travel.detik.com, 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2019, Provinsi Jawa Barat menempati urutan kedua dalam Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara dengan jumlah total 49 Juta Orang.

Tabel 1.2 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang)		
	2017	2018	2019
INDONESIA	270 822 003	303 403 888	282 925 854
JAWA TIMUR	43 689 273	53 244 287	52 081 723
JAWA BARAT	43 779 162	53 203 387	49 247 753
JAWA TENGAH	41 182 591	43 110 598	39 211 023
DKI JAKARTA	24 840 040	24 967 080	21 683 578
BANTEN	9 551 703	13 275 125	11 390 512

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2020)

Seiring berkembangnya daya tarik wisata yang ada di Jawa Barat, hal tersebutlah yang membuat Jawa Barat semakin terkenal, yang pada akhirnya akan berdampak pada industri pariwisata dan perhotelan menjadi semakin diminati. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 mencatat adanya konsumsi pertumbuhan restoran dan hotel sebesar 5,87%. Lebih tinggi dari pertumbuhan konsumsi rumah tangga yang berada di angka 4,93%. BPS menunjukkan bahwa *milennial* yang merupakan konsumen dominan di Indonesia saat ini (mencapai 46%) lebih royal menghabiskan uang untuk kebutuhan yang bersifat *lifestyle* dan *experience* seperti: makan di luar rumah, nonton bioskop, rekreasi, perawatan tubuh, muka, rambut hingga berlibur di Hotel untuk melepas penat (travel.detik.com, 2020).

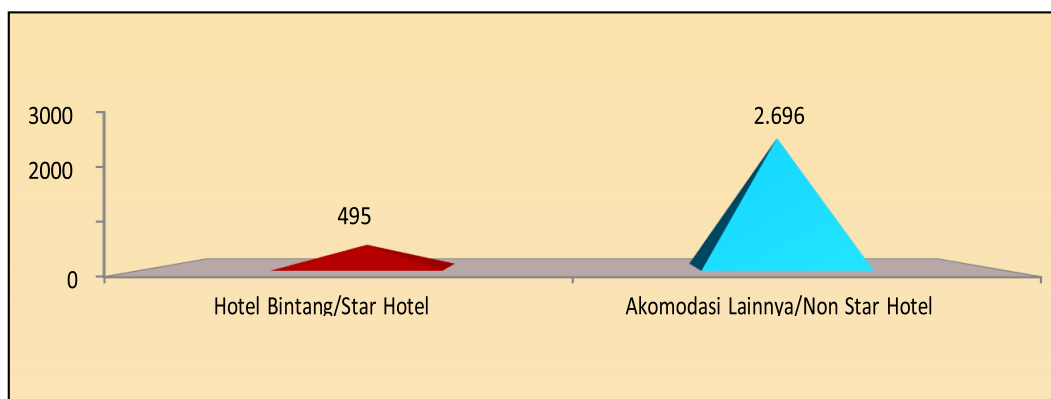
Hubungan antara pariwisata dengan industri perhotelan memiliki kaitan yang erat. Bisa dikatakan bahwa industri perhotelan menjadi salah satu pondasi pendukung pembangunan sektor pariwisata. Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah wisata akan membutuhkan tempat untuk beristirahat atau hanya

sekedar transit untuk melepas lelah, maka disinilah peran industri perhotelan akan diperlukan dalam sektor pariwisata (Herman Budiman, 2017, hal. 15).

Di Jawa Barat usaha yang bergerak dibidang akomodasi pada tahun 2020 tercatat sebanyak 1.649 usaha, sebesar 9.55 % adalah usaha hotel berbintang dan sebesar 90.45 % adalah usaha akomodasi diluar hotel berbintang (BPS Jawa Barat, 2021). Berdasarkan laman <https://jabar.bps.go.id> yang diakses 19 Juni 2021 menyebutkan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel di Jawa Barat pada Juli 2020 mencapai 27,17 persen, naik 8,04 poin dibandingkan TPK Juni 2020 yang mencapai 19,13 persen.

Menurut Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, Nunik Fadjrina, menjelaskan bahwa industri perhotelan di Jawa Barat cenderung fluktuatif, karena tinggi rendahnya Tingkat Penghunian Kamar (TPK) sangat dipengaruhi oleh eksternal maupun internal. Faktor eksternal mencakup faktor sosial, ekonomi dan kebijakan pemerintah. Sedangkan faktor internal seperti fasilitas, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh hotel serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Bisnis perhotelan di Jawa Barat cukup ketat, Hal itu ditunjukkan dengan pertumbuhan bisnis hotel dari tahun ke tahun yang bertambah jumlahnya baik hotel berbintang maupun non berbintang(travel.detik.com,2020).

Berikut data jumlah Hotel dan Akomodasi penunjang wisata di Jawa Barat pada tahun 2019.



Gambar 1.2 Jumlah Usaha Akomodasi Menurut Klasifikasi

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2020)

Jumlah usaha penyedia akomodasi di Jawa Barat pada tahun 2019 tercatat sebanyak 3.191 usaha dengan jumlah kamar tersedia mencapai 95.226 kamar. Di antara usaha akomodasi tersebut, 495 usaha atau 15,51 persen merupakan hotel-hotel yang telah diklasifikasikan sebagai hotel berbintang dengan jumlah kamar sebanyak 48.755 unit. Sementara itu, untuk usaha akomodasi lainnya yaitu sebanyak 2.696 usaha (84,49 persen) dengan 46.471 kamar (48,80 persen), angka ini termasuk hotel nonbintang dan akomodasi jangka pendek lainnya. Hal ini membuat persaingan antar Hotel dan Akomodasi lainnya semakin meningkat di Zaman Digitalisasi saat ini(kompasiana.com,2020).

Disrupsi digital telah merambah ke berbagai sektor, termasuk ke industri pariwisata. Apalagi, saat ini semakin banyak generasi *millennial* yang telah menjadikan perjalanan wisata sebagai gaya hidup(kompasiana.com,2020). Disrupsi adalah sebuah lompatan perubahan dari sistem lama ke cara-cara baru. Disrupsi juga mengubah teknologi lama yang lebih banyak menggunakan fisik ke teknologi digital dan menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru, lebih bermanfaat, serta lebih efisien dan cepat. Perubahan ke sistem digital menimbulkan kegiatan aktivitas manusia menunjukkan ke arah eksperimen teknologi digital, dan masyarakat lebih menikmati(Agung Gede & Bagus Udayana, 2020, hal.5).

Kondisi disrupsi digital juga diperparah dengan adanya pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 sangat berdampak pada industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Tidak main-main, sejak Februari 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan yang drastis, dan puncaknya terjadi April 2020 dengan jumlah wisatawan hanya 158 ribu. Sepanjang tahun 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia hanya sekitar 4,052 juta orang, angka tersebut hanya sekitar 25% dari jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia pada 2019. Penurunan wisatawan mancanegara berdampak langsung pada okupansi hotel di Indonesia. Pada bulan Januari-Februari, okupansi berada di angka 49,17% dan 49,22%. Namun di bulan Maret menjadi 32,24%, dan memburuk saat memasuki bulan April, yaitu sebesar 12,67%(Kemenparekraf.go.id, 2021).

Kunci utama bagi pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif agar dapat bertahan di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan

kolaborasi yang baik, saat ini perilaku masyarakat mulai berubah, dan dibarengi dengan tren pariwisata yang telah bergeser. Seluruh kegiatan dan bidang industri, termasuk industri perhotelan dan pariwisata, kini menghadapi perubahan yang sangat besar, yaitu terjadinya digital dan *millennial disruptions*. Akibat disrupsi dalam dua aspek tersebut, saat ini terjadi perubahan yang mendasar dan fundamental yang mengakibatkan berubahnya tatanan, perilaku, nilai-nilai lama dan terciptanya tatanan dan kelaziman-kelaziman baru. Akibat disrupsi digital dan *millennial* yang terjadi, industri wisata mengalami perubahan yang sangat besar dan mendasar, antara lain ditandai dengan tumbuhnya *market millennial* yang memiliki karakter dan cara yang jauh berbeda dengan cara, metode, dan pendekatan sebelumnya (Bisnis.com, 2021).

Menurut salah satu General Manager Hotel di Kota Bandung, Raynaldo Semuel, menjelaskan bahwa *Market millennial* semakin bergaya hidup digital (*digital lifestyle*) di mana segala sesuatu dapat mereka lakukan dan penuhi secara instan melalui *smartphone*. Selain faktor kemudahan dan kecepatan, cara-cara digital juga memungkinkan *millennial* mendapatkan *value* terbaik dan pilihan layanan yang lebih banyak dan beragam. Hal ini akan menjadikan *market millennial* semakin *demanding* dan mereka juga akan lebih kritis dalam membelanjakan uangnya. Dengan bantuan teknologi yang memungkinkan *millennial* melakukan pekerjaan dari *remote*, kini telah berkembang “*bleisure*”, yaitu mereka yang menggabungkan bisnis dan liburan (*business and leisure*) secara bersamaan (cnnindonesia.com, 2021). *Millennial* sangat menyukai untuk mendapatkan pengalaman lokal yang autentik (*local experience* dan *authenticity*), melakukan perjalanan yang berbeda (*personalized*), serta menikmati makanan dan minuman organik (P Poerwanto, 2019, hal. 5).

Sejalan dengan pengembangan yang dilaksanakan dan sebagai langkah antisipasi terhadap tantangan dan peluang ke depan, Pelaku bisnis Perhotelan saat ini harus melaksanakan transformasi dengan fokus peningkatan pada produk, layanan, human capital, dan *value* bagi *customers*. Kondisi tersebut mengakibatkan *business model* yang di jalankan selama ini menjadi “tidak relevan lagi”, khususnya terhadap *millennial* yang akan menjadi market terbesar di masa mendatang

sehingga Pelaku bisnis Perhotelan harus *merejuvenasi business model* maupun cara-cara dan metode dalam melayani *Customers*(suaramerdeka.com, 2021).

1.3 Perumusan Masalah

Menurut Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia, Hariyadi Sukamdani dalam forum online menyebutkan bahwa industri perhotelan di Jawa Barat, khususnya di kota Bandung sudah mengarah pada Persaingan yang kurang sehat dengan adanya fenomena perang tarif. Ditambah dengan adanya Disrupsi teknologi digital telah berdampak terhadap sektor industri perhotelan. Munculnya aplikasi travel dan akomodasi seperti AirBnB, Foursquare, Traveloka.com, Tiket.com dan lainnya dapat memberikan dampak terhadap sektor perhotelan jika tidak segera diantisipasi. Aplikasi perjalanan yang berbasis android tersebut biasanya memberikan informasi hotel atau penginapan dengan harga murah(Bisnis.com,2021).

Berdasarkan laporan BPS Jawa Barat Pertumbuhan di sektor perhotelan di Provinsi Jawa Barat pada kuartal III 2018 pun lebih rendah bila dibanding pertumbuhan pada kuartal III 2017. Pada kuartal III, pertumbuhan industri perhotelan Jawa Barat hanya sebesar 4,31%, sedangkan di kuartal yang sama pada 2017,pertumbuhannya bernilai 5,58%. Berdasarkan laman <https://nasional.sindonews.com/berita/1260138/16/airbnb-dan-bisnis-perhotelan> yang di akses pada 29 Juni 2021, Salah satu faktor penyebab penurunan itu adalah persaingan bisnis perhotelan yang semakin ketat setelah munculnya hotel-hotel kecil dan Airbnb. Harga pun makin ketat, pengusaha hotel tidak bisa mendapatkan margin untung yang terlalu tinggi. Terdapat tujuh faktor yang mendorong masyarakat dalam melakukan reservasi hotel secara online, yaitu faktor popularitas dan teknologi, keterandalan, kemudahan, kecepatan, informasi, harga, dan reward. Faktor popularitas dan teknologi merupakan faktor yang memiliki kontribusi paling besar (Sherly Gozzali & Monika Kristanti, Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol 1, No 2, 2017).

Ekonom dari *Institute for Development of Economics and Finance*, Bhima Yudhistira berpendapat, para pengusaha hotel besar harus menyesuaikan diri dengan pesaing baru, terutama yang sudah terpapar teknologi seperti hotel di

platform Airbnb. Dengan adanya persaingan, akan banyak pemain yang berguguran bila tak mampu mengikuti perkembangan teknologi. Kemunculan Airbnb memang mengubah *platform digital* dalam pemesanan dan promosi hotel. *Platform* ini hadir dengan model bisnis daring yang menghubungkan pemilik rumah, penginapan, atau hotel dengan konsumen. Airbnb tentu tidak memiliki properti sendiri. Perusahaan ini menjadi perantara bagi calon penyewa dengan pemilik hunian. Kesuksesan Airbnb dalam menjalankan bisnisnya dipengaruhi oleh model *sharing economy*. Walau tidak memiliki aset fisik, integrasi antara pemilik properti dan pelanggan dapat terjadi dalam sentuhan jari dalam aplikasi daring (cnnindonesia.com, 2021).

Mengapa perusahaan besar berhasil atau gagal merespon *disruptive innovation*, dan membantu para manajer untuk melakukan pengukuran kekuatan organisasi saat ini (*capabilities*) sekaligus juga kelemahannya (*disabilities*) dalam menjawab *disruptive innovations*. Terdapat 4 faktor *capabilities* untuk dapat merespon *disruptive innovation* yaitu kemampuan pasar, kepemimpinan, teknologi, dan inovasi (Clayton Christensen et al., 2015)

Dalam konteks kapabilitas pasar, *digital market capabilities* merupakan kombinasi dari memahami kebutuhan pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, sangatlah penting untuk mampu mengumpulkan dan memproses pengetahuan pelanggan baik pelanggan yang sudah ada maupun pelanggan baru. Untuk menghadapi jejeran tantangan tersebut, pelaku industri perhotelan di Jawa Barat harus melakukan transformasi pada perkembangan pasar saat ini yaitu milenial (Valanto, 2017, hal.8).

Dalam hal mengembangkan usaha di Industri Perhotelan dibutuhkan adanya *Digital Leadership*. *Digital Leadership* adalah penggunaan strategis aset digital perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis (A Sarjito, 2019, hal.12).

Seiring berkembangnya Transformasi Digital, *Technology Capabilities* menjadi syarat mutlak untuk dapat bertransformasi. Dahulu bisnis perhotelan menempati ruang yang cukup sederhana dalam kehidupan masyarakat, hotel di era lama adalah tempat bagi para tamu untuk meletakkan kepala mereka jauh dari rumah. Tetapi dalam beberapa tahun terakhir kini semua orang mengetahui bahwa peran teknologi dalam bisnis perhotelan telah berkembang secara drastis. Dalam banyak kasus, teknologi menjadi pusat aktivitas bagi diri mereka sendiri. Sebagian

besar kegiatan bergantung secara langsung atau tidak langsung pada teknologi, membuat IT lebih penting bagi operasional hotel dan pengalaman tamu daripada sebelumnya (beritasatu.com, 2021).

Inovasi digital mengacu pada penerapan teknologi digital pada permasalahan bisnis yang ada. Ide-ide seperti transformasi digital dan digitalisasi sangat erat kaitannya dengan konsep inovasi digital. Di pasar yang berkembang saat ini, banyak bisnis menyadari bahwa mereka perlu bertransformasi, berinovasi, dan mengadopsi teknologi baru agar tetap kompetitif (marketbisnis.com, 2021).

Dalam menghadapi tantangan *Disruptive Technology*, para pelaku bisnis di bidang perhotelan harus mampu bertransformasi agar dapat bersaing dan *sustain* dalam menjalankan bisnis perhotelan. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai cara pemimpin hotel dalam mempertahankan bisnisnya ketika harus bersaing dengan *Disruptive Technology* berupa *Digital Platform* dalam melakukan reservasi dan promosi Hotel. Teknologi saat ini mampu membuat pengalaman pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan reputasi sebuah hotel karena pelanggan dapat memberikan umpan balik secara online. Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Digital Market Capabilities, Digital Leadership Capabilities, Digital Technology Capabilities, Digital Innovation Capabilities Terhadap Sustainable Digital Transformation Industri Perhotelan Di Provinsi Jawa Barat”**.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *Digital Market Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat menurut responden ?
2. Seberapa besar pengaruh *Digital Leadership Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat menurut responden ?
3. Seberapa besar pengaruh *Digital Technology Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat menurut responden ?

4. Seberapa besar pengaruh *Digital Innovation Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat menurut responden ?
5. Seberapa besar pengaruh Sustainable Digital Transformation pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat menurut responden ?
6. Seberapa besar pengaruh *Digital Market Capabilities*, *Digital Leadership Capabilities*, *Digital Technology Capabilities*, dan *Digital Innovation Capabilities* memiliki pengaruh terhadap Sustainable Digital Transformation ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan pada latar belakang dan rumusan masalah serta pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Digital Market Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Digital Leadership Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Digital Technology Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Digital Innovation Capabilities* pada industri perhotelan di Provinsi Jawa Barat
5. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Market Capabilities*, *Digital Leadership Capabilities*, *Digital Technology Capabilities*, dan *Digital Innovation Capabilities* terhadap Sustainable Digital Transformation

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini dapat dilihat dari 2 (dua) aspek berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

a. Ilmu Pengetahuan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memperkaya keilmuan dan menjadi sumber wawasan yang baru dalam bidang Transformasi Digital khususnya dalam pengaplikasiannya pada industri perhotelan. Beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk penelitian berikutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pihak akademisi untuk menambah wawasan serta memperluas pandangan mengenai Transformasi Digital industri perhotelan.

b. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti lain terkait dengan Transformasi Digital dan diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pihak akademisi.

1.6.2 Aspek Praktis

a. Pemerintah

Dengan adanya pengembangan Transformasi Digital, maka diharapkan dapat menjadi solusi yang dapat menjadi masukan dalam bertahan di revolusi industri 4.0. Hal ini dapat terwujud dengan terealisasinya pengembangan konsep tersebut dengan mempertimbangkan aspek-aspek teknologi yang ada.

b. Non-Pemerintah

Pengembangan konsep dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan manfaat bagi para stakeholder yang terlibat dalam sektor industri pariwisata dan perhotelan

1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini menentukan batasan-batasan dalam melakukan penelitian. Penentuan batasan tersebut dilakukan agar permasalahan yang diteliti menjadi lebih jelas, terarah, dan tidak terlalu luas. Ruang lingkup dalam penelitian yang peneliti lakukan dirangkum dalam 5W + 1H sebagai berikut:

1. *What ?*

Transformasi Digital Industri Perhotelan di Provinsi Jawa Barat

2. *Where ?*

Studi kasus disesuaikan dengan lokasi perhotelan yang berada di Provinsi Jawa Barat, dan penelitian akan dilakukan di Bandung, Jawa Barat.

3. *When ?*

Penelitian dilaksanakan pada April 2021 hingga Agustus 2021.

4. *Who ?*

- a. Narasumber penelitian adalah Pelaku usaha Industri Perhotelan yang berada di Jawa Barat.
- b. Penyebaran kuesioner secara online kepada responden dan pengambilan data ulasan konsumen yang pernah mengunjungi hotel di Provinsi Jawa Barat.

5. *Why ?*

Penelitian dilakukan berdasarkan fenomena yang telah muncul pada latar belakang dan perumusan masalah, yaitu mengenai belum adanya penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi peran transformasi digital dalam membuat industri perhotelan mampu bertahan di Revolusi Industri 4.0.

6. *How ?*

Penelitian ini dilakukan melalui Metodologi Kuantitatif

1.8 Sistematika Penelitian

Penelitian tesis akan disusun secara sistematis oleh peneliti yang berisi mengenai gambaran umum serta hasil penelitian. Sistematika penelitian akan dijelaskan dengan ringkas sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menemukan kesenjangan penelitian dan menentukan posisi penelitiannya. Dalam bab ini juga membahas proses pembentukan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data yang meliputi kuesioner dan data mining, serta teknik.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan mengenai hasil dari kuesioner dan Pengolahan data.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran dalam aspek akademis dan praktis.