

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu program penting dalam membangun perekonomian suatu negara. Indonesia memiliki sumber daya dan kekayaan alam yang melimpah mulai dari daratan hingga lautan sehingga digemari oleh wisatawan baik domestik maupun turis mancanegara. Dengan menjadi salah satu industri terbesar dengan tingkat pertumbuhan yang pesat, pariwisata berperan signifikan terhadap pergerakan perekonomian di Indonesia karena menjadi salah satu sumber devisa dan juga sumber mata pencaharian yang cukup besar bagi masyarakatnya (Maulana, 2019). Hal ini juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh Khodyat (1996) dimana pariwisata merupakan industri yang dapat mempengaruhi sektor industri lain yang mana pernyataan tersebut juga berkaitan dengan Undang – undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan bahwasannya penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memberikan kesempatan lapangan pekerjaan yang lebih luas dan merata, mendorong pembangunan daerah, memberdayakan objek serta daya tarik wisata yang ada di Indonesia. Peluang untuk pengembangan lebih lanjut pada industri pariwisata didukung beberapa fakta termasuk gaya hidup masyarakat khususnya masyarakat Indonesia yang kini lebih menyukai berwisata dan dengan maraknya kemunculan berbagai daya tarik wisata baru juga dapat menstimulus masyarakat untuk datang dan berwisata sehingga membuat pergerakan roda perekonomian terus berjalan.

Berwisata sendiri memiliki pengertian suatu aktivitas yang dilakukan seseorang atau kelompok dengan berbagai tujuan seperti bersenang-senang, mengisi waktu luang atau untuk menambah pengetahuan serta wawasan akan suatu hal di yang

tidak di dapatkannya di tempat asal. Komponen Pariwisata yang harus ada dalam suatu destinasi wisata yakni terdiri dari atraksi, aksesibilitas, fasilitas, akomodasi, juga aktivitas. Jenis pariwisata di Indonesia pun terdiri dari banyak macam seperti: Sport tourism, commercial tourism, cultural tourism, recuperational tourism, religion tourism (Yoeti, 1987). Akomodasi adalah satu dari komponen dalam usaha pariwisata yang diinterpretasikan sebagai tempat yang mempunyai berbagai fasilitas seperti kamar, bar, restoran yang dikelola secara konvensional maupun profesional untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan para tamunya. Munavizt (2010) membagi akomodasi menjadi 3 jenis antara lain:

1. Akomodasi komersil, adalah jenis akomodasi yang dibangun dan digunakan secara eksklusif bertujuan untuk memperoleh keuntungan maksimum. Yang termasuk dalam akomodasi ini yaitu: Hotel, Motel, Hostel, *Cottage*, *Bungalow*, *Inn*, *Guest House*, *Apartement House* dan Losmen.
2. Akomodasi semi komersil, adalah jenis akomodasi yang dioperasikan hanya untuk tujuan sosial (masyarakat yang membutuhkan). Yang termasuk dalam akomodasi ini yaitu: Rumah Sakit, *Homestay*, *Holiday Camp*, Wisma, dan *Rooming House*.
3. Akomodasi non komersil, adalah jenis akomodasi yang digunakan untuk tujuan sosial namun dikhususkan untuk kalangan atau golongan tertentu saja dan dengan tujuan tertentu. Yang termasuk dalam akomodasi ini yaitu: Mess, Panti Asuhan, dan pondokan.

Hotel yang merupakan salah satu jenis akomodasi komersil ini dioperasikan secara profesional dan profitabel sebagai tempat menginap juga disiapkan untuk para tamu agar memperoleh pelayanan kamar (*rooms*), makanan dan minuman (*food & beverages*), hiburan (*entertain*), dan pelayanan menarik lainnya seperti tertuang dalam Undang-Undang No.10 tahun 2009 tentang kepebean karena terkait dengan peralatan, bahan makanan dan barang konsumsi dalam industri pariwisata. Sedangkan menurut Goeltom (2020) hotel adalah perusahaan yang menawarkan akomodasi kepada konsumen ketika mereka jauh dari rumah.

Hotel juga dibagi menjadi dua jenis, yaitu hotel berbintang dan hotel *non* bintang. Peraturan Menteri Pariwisata dan Industri Kreatif Republik Indonesia

Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Operasional Hotel menyebutkan bahwa hotel bintang terdiri dari bintang satu sampai bintang lima, sedangkan hotel non bintang tidak memiliki kualifikasi kelas. Semakin tinggi bintang hotel, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang harus diberikan kepada tamu. Menurut Kumar (2021), hotel bintang lima memiliki kualifikasi, yaitu tamu akan menemukan akomodasi yang luas dan mewah sesuai dengan standar internasional terbaik, bagian interior hotel mengesankan dengan detail, kenyamanan, dan keanggunan berkualitas tinggi, layanan dirancang dengan baik, terkontrol, dan tanggap terhadap kebutuhan tamu tanpa membuat tamu mengganggu. *Food and Beverage* sesuai dengan standar internasional tertinggi. Staf berpengetahuan, membantu tamu, berpengalaman dalam semua aspek layanan tamu, dan dapat menggabungkan efisiensi dengan kesopanan.

Di tengah maraknya hotel baru yang bermunculan, memberikan pelayanan yang berkualitas menjadi kewajiban bagi hotel agar dapat bersaing. Kualitas pelayanan atau *service quality* adalah harapan bahwa pelayanan yang diterima konsumen akan sesuai dengan kinerja pelayanan yang diberikan (Alsurmi & Alagas, 2018). Dari kualitas pelayanan yang membuat nyaman selama berada didalam hotel inilah akan muncul kepuasan tamu dan terjalinnya hubungan baik antara penyedia jasa dan penerima jasa yaitu, hal inilah yang menjadi indikator utama dalam industri perhotelan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Murray & Schlacter (1990) bahwa kepuasan wisatawan mempengaruhi niat mereka untuk kembali khususnya dalam konteks layanan. Dengan didapatkannya pengalaman dan kepuasan yang berkesan lewat pelayanan yang didapat, maka tidak menutup kemungkinan mereka akan berkunjung kembali.

Pada penelitian ini penulis melakukan kajian pada salah satu hotel bintang lima di Kota Bandung yaitu Padma Hotel Bandung.

Tabel 1. 1 Hotel Bintang 5 di Kota Bandung, Jawa Barat (2023)

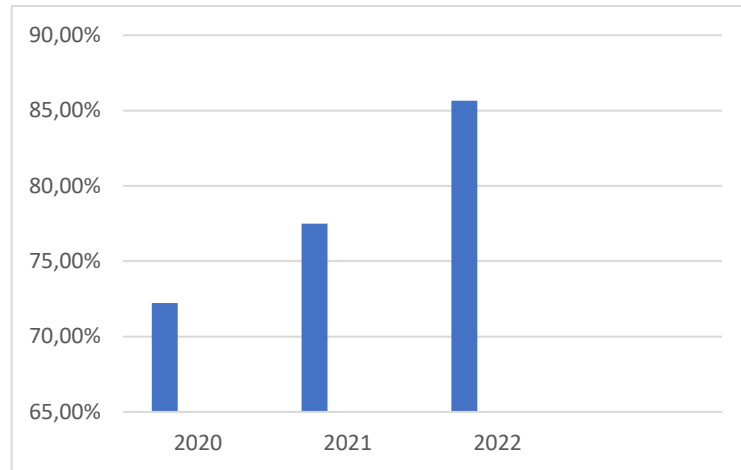
No	Nama Hotel	Jumlah Kamar
1	Pullman Bandung Grand Central	279 kamar
2	The Gaia Hotel Bandung	280 kamar
3	Padma Hotel Bandung	124 kamar
4	GH Universal Hotel	105 kamar
5	Grand Mercure Bandung Setiabudi	204 kamar
6	Intercontinental Bandung Dago Pakar	225 kamar
7	Aryaduta Bandung	254 kamar
8	The Trans Luxury Hotel	280 kamar
9	Mason Pine Hotel	287 kamar
10	Hilton Bandung	186 kamar
11	Sheraton Bandung Hotel & Towers	154 kamar

Sumber : Tripadvisor.co.id, 2023

Berdasarkan Tabel di atas, Padma Hotel Bandung memiliki jumlah kamar yang termasuk sedikit jika dibandingkan diantara hotel *competitor* nya di Kota Bandung, Jawa Barat namun menjadikannya salah satu hotel berbintang yang memiliki beberapa prestasi baik nasional maupun internasional. Berdasarkan *The TripAdvisor Traveller's Choice Awards 2020*, memiliki penghargaan dalam kategori :

1. *Number 2 Top 25 Hotels for Families in The World*
2. *Number 1 Top 25 Hotels for Families in Asia*

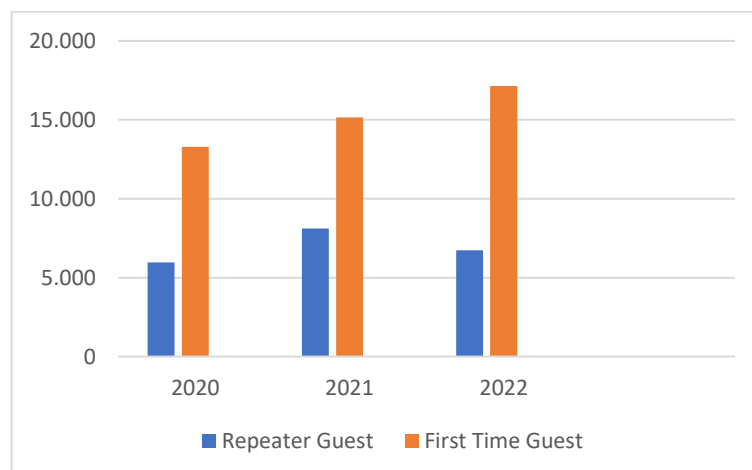
Padma Hotel Bandung memiliki visi “*To be recognize as the leading hotel within Five Stars Hotel in Bandung by the end of 2022*” dan misi “*To provide an Unique, beautiful and Exceptional Hotel Experience for our guest that greetly exceed Expectations*”. Padma Hotel Bandung juga terus meningkatkan kualitas baik itu kualitas pelayanan maupun fasilitasnya sehingga dapat bersaing dengan hotel bintang 5 lainnya hal ini terlihat dari salah satunya yaitu adanya peningkatan okupansi atau tingkat hunian kamar dari tahun 2020 hingga tahun 2022 lihat Gambar 1.1 berikut



Gambar 1. 1 Tingkat Okupansi Padma Hotel Bandung Tahun 2020-2022

Sumber : Manajemen Padma Hotel Bandung, 2023

Gambar 1.1 di atas menunjukkan peningkatan okupansi hotel dari tahun 2020 hingga tahun 2022 sebanyak 13,43 %. Meskipun terjadi peningkatan setiap tahunnya, peneliti menemukan adanya penurunan kunjungan kembali dari *repeater guest* dibandingkan *first time guest* di Padma Hotel Bandung pada tahun 2021 menuju tahun 2022. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut



Gambar 1. 2 Perbandingan Jumlah *First Time Guest* dan *Repeater Guest* Tahun 2020-2022

Sumber : Manajemen Padma Hotel Bandung, 2023

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa tamu pada periode tahun 2020-2023 Padma Hotel Bandung didominasi oleh *first time guest*. Adanya penurunan jumlah *repeater guest* dari tahun 2021 hingga tahun 2022 ini merefleksikan keinginan tamu untuk berkunjung kembali tidak tinggi. Masalah inilah yang berhubungan dengan niat berkunjung kembali (*revisit intention*). Penurunan jumlah *repeater guest* dapat disebabkan oleh beberapa alasan seperti persepsi nilai, jika tamu merasa harga yang mereka keluarkan tidak sebanding dengan manfaat yang mereka terima, pengalaman secara keseluruhan, lalu jika pengalaman mereka dianggap negative atau kurang memuaskan maka akan dapat mengurangi niat mereka untuk membeli kembali.

Padma Hotel Bandung yang dikenal sebagai salah satu hotel bintang lima di Kota Bandung yang memiliki harga tinggi dan pelayanannya yang baik. Namun ditemukan ulasan dari wisatawan yang pernah berkunjung di *google review* maupun *Online Travel Agent* yang menyatakan bahwasannya harga tinggi yang mereka keluarkan tidak sebanding dengan manfaat yang mereka terima. Hal ini dapat menjadi salah satu penyebab terjadinya penurunan *repeater guest* di Padma Hotel Bandung.

Padma Hotel Bandung wajib untuk terus meningkatkan layanan terbaiknya dan memastikan harga yang mereka sebanding dengan dengan layanan yang diberikan dan juga akan meningkatkan niat untuk kembali berkunjung. Karena persepsi harga berperan dalam membentuk ekspektasi awal tamu, jika harga yang telah mereka keluarkan sesuai dengan manfaat yang mereka terima ini dapat meningkatkan ekspektasi positif yang akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan akhirnya membentuk keinginan untuk kembali.

Maka sebagai pendorong untuk niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung dan melihat apakah pengaruh persepsi harga akan menimbulkan kepuasan bagi wisatawan sehingga dari kepuasan tersebutlah apakah akan memunculkan dan meningkatkan kemungkinan wisatawan ingin berkunjung kembali maka perlu dilakukan penelitian.

Dari uraian tersebut, untuk terus meningkatkan minat wisatawan agar kembali mengunjungi dan menginap di Padma Hotel Bandung, penulis melakukan

penelitian dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali di Padma Hotel Bandung.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, dapat dinyatakan bahwa permasalahan dalam penelitian yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan hasil temuan tentang tanggapan wisatawan dalam hal:

1. Mengidentifikasi pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung
2. Mengidentifikasi kepuasan wisatawan harga terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung
3. Memperoleh temuan mengenai pengaruh persepsi harga dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis:

Secara teoritis, diharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan sumbangan keilmuan, studi literatur, dan meningkatkan wawasan dan pengetahuan khususnya pengetahuan mengenai kajian persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali dan menjadi salah satu sumber referensi baru bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis:

Secara praktis, dengan adanya hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan bahan evaluasi bagi industri perhotelan, khususnya Padma Hotel Bandung untuk mengetahui apakah harga yang ditawarkan dan kepuasan wisatawananya memiliki pengaruh untuk keinginan berkunjung kembali ke Padma Hotel Bandung, yang diharapkan dengan diketahuinya hal tersebut akan menarik lebih banyak keinginan untuuk berkunjung kembali.

1.5 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini disusun ke dalam lima bab yang tiap babnya memiliki penjelasan yang rinci dan terkonsentrasi namun tetap saling berkaitan satu dengan yang lainnya, yakni sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang melandasi dilakukannya penelitian ini dari pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan terhadap niat berkunjung kembali. Di bab ini juga membahas mengenai rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian dari aspek teoritis hingga aspek praktisnya, juga ada sistematika penulisan dari penelitian tersebut.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas kajian teori dari berbagai sumber seperti teori dari para ahli hingga penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk memperkuat penelitian penulis. Kemudian ada juga hipotesis dari penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, desain penelitian, operasional variabel, instrumen penelitian, teknik sampling, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil yang ditemui penulis selama melakukan penelitian dengan berdasar dari data yang telah dikumpulkan

kemudian diolah sehingga mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang diteliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini menyimpulkan dan memberikan rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan membahas keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya maupun pihak yang membutuhkan.