

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki keindahan alam yang beragam dan memiliki potensi besar dalam bidang pariwisata. Potensi wisata yang dimiliki Indonesia tersebar di setiap kota yang ada di Indonesia salah satunya adalah Kota Bandung. Bandung menjadi salah satu kota dengan beragam potensi pariwisata yaitu, alam, budaya, sejarah, hingga kuliner. Hal tersebut menjadikan Kota Bandung populer untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Berdasarkan DetikCom pada 20 Januari 2024, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung mencatat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung pada tahun 2023 mencapai 7,7 juta orang dengan 95% tamu nusantara dan 5% wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan ini mengalami peningkatan dari tahun lalu (2022), dimana kunjungan wisatawan pada tahun 2022 mencapai 6,6 juta orang (DetikCom, 2024). Meningkatnya jumlah wisatawan berdampak pada industri pariwisata lainnya di Kota Bandung.

Tabel 1.1 Jumlah Hotel Bintang dan Non Bintang di Kota Bandung

Jenis Hotel	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Bintang 1	10	11	15	15	8	8
Bintang 2	25	35	37	37	49	49
Bintang 3	41	60	65	65	78	78
Bintang 4	32	174	176	176	38	38
Bintang 5	9	19	20	20	11	11
Non Bintang	-	349	350	350	228	228
Total	117	648	663	663	412	412

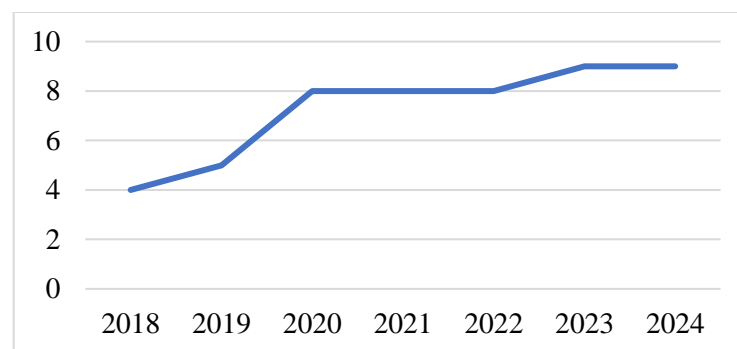
(Sumber: Open Data Jabar, 2023)

Berdasarkan tabel 1.1 peningkatan jumlah akomodasi di Kota Bandung menunjukkan bahwa permintaan terhadap akomodasi cukup tinggi. Kota Bandung merupakan kota yang cukup padat saat ini dengan ketersediaan lahan yang semakin berkurang. Hal ini menimbulkan lahirnya inovasi baru berupa akomodasi dengan ruang terbatas yang disebut *Capsule Hotel*.

Capsule hotel merupakan sebuah inovasi baru dalam sarana akomodasi dengan pemanfaatan ukuran ruang terbatas dan tetap mampu memenuhi kebutuhan wisatawan yaitu tidur (Widiarsani et al., 2018). Konsep *capsule* hotel ini diadaptasi dari Jepang dengan menyediakan sebuah fasilitas kamar dengan ukuran kecil seperti kapsul yang tidak memerlukan layanan seperti yang ditawarkan oleh hotel konvensional (Amornpornwiwat & Kapasuwan, 2018). Di Jepang, *capsule* hotel ini biasa ditemui di dekat stasiun kereta api atau kawasan bisnis. Hotel ini menyediakan penginapan yang dirancang dengan konsep memanfaatkan ruang kecil (minimalis) dan biaya rendah untuk penumpang yang ketinggalan kereta. Hal ini kemudian diadaptasi oleh negara-negara di dunia, seperti Amerika, Inggris, Tiongkok, Singapura, Malaysia, dan Taiwan. *Capsule* hotel cenderung berlokasi di area pusat kota atau area yang mendukung interaksi dengan tamu lainnya (Chiang, 2018). Di Indonesia, *capsule* hotel ini mulai berkembang di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Bali.

Untuk di Kota Bandung, *capsule* hotel mulai berkembang beberapa tahun terakhir sebagai alternatif pilihan akomodasi untuk wisatawan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa adanya minat atau *demand* terhadap *capsule* hotel. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini sebagai berikut:

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Capsule Hotel di Kota Bandung

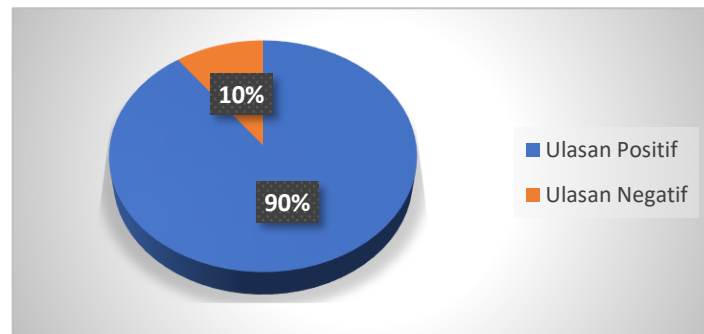


(Sumber: Akun Sosial Media *Capsule* Hotel di Kota Bandung, 2024)

Pada gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan *capsule* hotel yang ada di Kota Bandung. Pada tahun 2018 terdapat 4 hotel yaitu Bobopod by Bobobox, Shakti Capsule Hotel, My PodRoom, dan Temmu co-living. Pada tahun 2019 bertambah menjadi 5 hotel dengan hadirnya Tokyo Cubo. Pada tahun 2020 berjumlah 8 hotel yaitu ditambah dengan Inap at Capsule, Buton Backpacker Lodge, dan Capsule on

The Go. Pada 2021-2022, *capsule* hotel di Bandung masih berjumlah 8 hotel karena Capsule On The Go yang tidak lagi beroperasi, kemudian hadir Nindy Biodistrict Hotel. Pada tahun 2023-2024 menjadi total terdapat 9 hotel dengan berhentinya Temmu co-living untuk beroperasi dan adanya Tab Capsule & Compact Hotel dan Capbo Capsule Hotel. Bertambahnya jumlah *capsule* hotel ini menjadi suatu bisnis yang populer sebagai alternatif akomodasi.

Pertumbuhan jumlah *capsule* hotel yang cukup pesat menunjukkan bahwa adanya permintaan yang cukup tinggi terkait akomodasi ini. Meski populer *capsule* hotel ini masih memiliki kekurangan sehingga memberikan ulasan negatif terhadap *capsule* hotel. Persentase ulasan negatif tamu *capsule* hotel, sebagai berikut:



Gambar 1.2 Persentase Ulasan Capsule Hotel Di Kota Bandung

(Sumber: Ulasan Google Review dan Agoda, 2024)

Berdasarkan ulasan pada *google review* dan *agoda*, diketahui bahwa terdapat 10% ulasan negatif *capsule* hotel yang mayoritas berkomentar terkait aspek kenyamanan yang dirasakan oleh tamu. Hal yang di keluhkan oleh tamu adalah ukuran kamar yang sempit, kamar yang tidak menahan suara, kamar mandi yang digunakan bersama yang mengurangi privasi dan kotor. Dalam Xie et al (2014), ulasan tamu memiliki peran untuk mempengaruhi hotel *performance* yang mana 10% ulasan tamu dapat meningkatkan *performance* hotel sebesar 5%. Maka, 10% ulasan negatif terkait *capsule* hotel ini dapat merugikan hotel sehingga perlu diatasi. Selain itu, dalam penelitian Chiang (2018), mayoritas tamu yang di *capsule* hotel hanya menginap dalam 1 hari, hal ini menunjukkan bahwa tamu yang menginap di *capsule* hotel cenderung hanya ingin mencoba pengalaman menginap di *capsule*. Maka dengan adanya ulasan negatif dapat berdampak pada keberlangsungan *capsule* hotel dimana tamu tidak ingin melakukan kunjungan

ulang. Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini dilakukan untuk keberlangsungan *capsule* hotel sebagai sarana akomodasi.

Jika dilihat dari sisi psikologis, berada di ruangan terbatas umumnya memberikan kemungkinan seseorang untuk merasa tertekan atau kecemasan. Berdasarkan penelitian Chen et al (2020), tamu memiliki sebuah kekhawatiran terhadap kenyamanan akomodasi dan lingkungan sekitarnya. Hal ini mempengaruhi aspek psikologis tamu dengan kemungkinan munculnya kecemasan. Bahkan, *Forbes* sebuah majalah terkenal di Amerika mengkritisi terkait ruang sempit dalam konsep *capsule* hotel dan tidak menyarankan untuk tamu yang mempunyai *claustrophobic* untuk menggunakannya (Chen et al., 2020).

Hal tersebut menjadi suatu masalah untuk *capsule hotel* yang memiliki konsep ukuran ruang minimalis sebagai hal utama yang ditawarkan, yaitu kamar dengan konsep berbentuk kapsul. Sebagai jasa pariwisata sangat penting untuk memberikan kenyamanan pada tamu. Kenyamanan merupakan hak tamu sebagai pengguna jasa pariwisata dan perlu dipenuhi oleh penyelenggara usaha pariwisata (Savira et al., 2023). Berdasarkan penelitian mengenai kenyamanan, Kotler (2007) menyatakan bahwa fasilitas atau segala hal yang bersifat peralatan fisik dan disiapkan oleh jasa untuk menunjang kenyamanan pelanggan (Supraptini & Supriyadi, 2020).

Sementara itu, berdasarkan penelitian Monica & Saphiranti (2022), menjelaskan bahwa kenyamanan tamu dapat terbentuk dengan elemen-elemen desain interior seperti pencahayaan ruang, warna, tata ruang, sirkulasi, dan suara yang memberikan pengaruh positif terhadap faktor psikologis konsumen dengan merasakan kenyamanan. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk menciptakan kenyamanan karena hotel merupakan sebuah tempat untuk menginap ketika melakukan sebuah perjalanan. Dalam memberikan kenyamanan yang baik terhadap tamu yang menginap di *capsule* hotel dapat ditunjang dengan lingkungan fisik sekitar.

Servicescape menjadi kesan pertama pada konsumen akan mendapatkan sesuatu yang menyenangkan dengan bukti fisik di lingkungan sekitar secara visual. Desain minimalis, unik, dan menarik yang diciptakan dari *servicescape* memberikan pengalaman yang beda dan berkesan serta berpengaruh pada niat

berperilaku dan persepsi nilai konsumen (Amornpornwiwat & Kapasuwan, 2018). Penelitian Avan et al (2019), menemukan *servicescape* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Namun, pada penelitian Djakasaputra et al (2022), menemukan bahwa kualitas *servicescape* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Dalam beberapa penelitian membahas kualitas *servicescape* secara umum pada industri perhotelan tetapi penelitian yang berfokus pada bahasan *capsule* hotel masih sangat terbatas. Peran kualitas *servicescape* sebagai produk sarana akomodasi belum tereksplorasi banyak dalam konteks ini. Selain itu, dalam penelitian ini menjadikan kepuasan tamu sebagai mediator antara kualitas *servicescape* dengan *behavioral intention* juga belum banyak dieksplorasi terutama pada *capsule* hotel di Kota Bandung yang menjadi kebaruan dalam penelitian ini.

Maka hal tersebut menjadi alasan penulis untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas *servicescape*, kepuasan tamu, dan *behavioral intention* terhadap *capsule* hotel di Kota Bandung. Penelitian ini berfokus pada aspek *servicescape* yang dilihat dan dirasakan oleh tamu selama menginap di *capsule hotel*. Hal ini menjadi dasar penulis melakukan penelitian dengan berjudul “Pengaruh Kualitas *Servicescape* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui Kepuasan Tamu *Capsule* Hotel di Kota Bandung”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas *servicescape* pada *capsule* hotel di Kota Bandung?
2. Bagaimana kepuasan tamu pada *capsule* hotel di Kota Bandung?
3. Bagaimana *behavioral intention* tamu pada *capsule* hotel di Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas *servicescape* terhadap kepuasan tamu *capsule* hotel di Kota Bandung?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan tamu terhadap *behavioral intention* tamu *capsule* hotel di Kota Bandung?
6. Bagaimana pengaruh kualitas *servicescape* terhadap *behavioral intention* tamu *capsule* hotel di Kota Bandung?

7. Bagaimana pengaruh kualitas *servicescape* melalui kepuasan tamu terhadap *behavioral intention* tamu *capsule hotel* di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mendeskripsikan kualitas *servicescape* pada *capsule hotel* di Kota Bandung.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan kepuasan tamu pada kualitas *servicescape* yang ada di *capsule hotel* di Kota Bandung.
3. Menganalisis dan mendeskripsikan *behavioral intention* tamu pada *capsule hotel* di Kota Bandung.
4. Mengetahui pengaruh kualitas *servicescape* terhadap kepuasan tamu pada *capsule hotel* di Kota Bandung.
5. Mengetahui pengaruh kepuasan tamu terhadap *behavioral intention* tamu pada *capsule hotel* di Kota Bandung.
6. Mengetahui pengaruh kualitas *servicescape* terhadap *behavioral intention* tamu pada *capsule hotel* di Kota Bandung.
7. Mengetahui pengaruh kualitas *servicescape* dan kepuasan terhadap *behavioral intention* tamu *capsule hotel* di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menjadi tambahan pengalaman serta wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai aspek kepariwisataan dan juga penerapan ilmu kepariwisataan yang sudah didapatkan penulis selama masa perkuliahan di program studi Manajemen Resort dan Leisure;

2. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memperluas kajian ilmu kepariwisataan mengenai kualitas *servicescape*, kepuasan dan *behavioral intention* tamu terhadap jasa wisata;

3. Bagi Pembaca

Adanya penelitian ini sebagai tambahan ilmu pengetahuan, wawasan, dan informasi mengenai kepariwisataan dalam aspek kualitas *servicescape*, *behavioral intention*, dan kepuasan tamu terhadap jasa wisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri dari lima bab dengan pembahasan masing-masing pada setiap bab masih saling berhubungan antar babnya. Berikut penjelasan setiap bab pada penelitian ini:

1. Bab I Pendahuluan

Penjabaran mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian ini.

2. Bab II Kajian Pustaka

Penjabaran mengenai teori yang mendukung penulis dalam melakukan penelitian serta hipotesis penelitian dan kerangka pemikiran.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Gambaran langkah-langkah penelitian yang dilakukan seperti metode pengumpulan, teknik analisis, dan pengolahan data penelitian.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Penjabaran hasil dan pembahasan penelitian dari analisis data telah yang diperoleh selama proses penelitian.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Penjabaran hasil akhir pembahasan analisis data penelitian dan saran untuk pengelola serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.