

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada masa sekarang industri pariwisata merupakan industri yang sangat menjanjikan bagi banyak negara (Mohajerani & Miremadi, 2012), termasuk Indonesia. Sebagai negara yang memiliki berbagai macam daya tarik wisata, Indonesia mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 5,89 juta, mengalami kenaikan dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada periode yang sama di tahun 2021 yaitu sebanyak 1,56 juta (bps.go.id, 2023). Pertumbuhan industri pariwisata yang semakin pesat, berdampak pula pada meningkatnya bisnis perhotelan secara signifikan. Hal tersebut dikarenakan hotel merupakan salah satu jenis akomodasi penunjang kegiatan pariwisata. Kemudian mulai banyak pengusaha yang tertarik untuk menanam modal di bisnis perhotelan dengan membangun hotel-hotel baru. Pada tahun 2022 hotel berbintang di Indonesia berjumlah 3.763, meningkat sebesar 7% dari tahun 2021 sebanyak 3.521 (bps.go.id, statistik hotel dan akomodasi lainnya di indonesia, 2023). Peningkatan ini menyebabkan bisnis perhotelan menghadapi persaingan yang ketat.

Jumlah hotel yang terus meningkat mengakibatkan calon tamu semakin selektif dalam memilih hotel yang akan mereka kunjungi. Sebisa mungkin calon tamu akan mencari hotel yang dapat memenuhi keinginan mereka serta dapat memberikan pengalaman yang baru dan unik (Dolnicar & Otter, 2003), karena sekarang ini hotel bukan hanya dianggap sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai media untuk menyalurkan gaya hidup masyarakat yang semakin modern (Nugroho et al., 2017). Oleh karena itu, setiap hotel harus mampu melakukan berbagai inovasi menarik dalam hal pelayanan agar dapat terus bersaing dengan competitor lain. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menarik calon tamu adalah dengan memberikan konsep desain yang unik pada bangunan hotel (Countryman & Jang, 2006).

Desain dari suatu produk merupakan hal pertama yang akan diperhatikan oleh konsumen (Bloch, 1995). Ketika desain suatu produk menarik secara estetika, maka tanggapan konsumen mengenai keunikan akan meningkat (Nenkov & Scott, 2014), begitupun dalam bidang perhotelan. Sebelum menentukan hotel mana yang akan dikunjungi, para calon tamu biasanya akan mencari informasi mengenai hotel di berbagai media iklan (Aydinoglu & Cian, 2014). Keunikan desain hotel yang ditampilkan pada media iklan akan menjadi kesan pertama yang membuat calon tamu tertarik untuk mencari informasi lebih mendalam mengenai hotel tersebut (Bolton et al, 2014). Deloitte (2010) mengatakan bahwa biasanya para calon tamu, terlebih yang sama sekali belum pernah menginap di hotel ingin merasakan pengalaman yang baru dan juga unik. Maka mereka akan memilih hotel yang memiliki keunikan pada desainnya dibandingkan dengan hotel yang memiliki desain homogen. Selain itu, desain hotel menjadi hal pertama yang diperhatikan oleh mayoritas calon tamu dikarenakan desain dapat memberikan perasaan yang nyaman ketika menginap serta akan menimbulkan kepuasan secara visual (Baek, 2016).

Hal tersebut kemudian menjelaskan bahwa desain yang unik dapat menjadi strategi bagi hotel untuk menarik calon tamu. Terdapat beberapa penelitian yang telah menganalisis desain hotel, Aretta & Hudrasyah (2014) mengatakan bahwa desain interior dan seni menjadi salah satu faktor penting bagi hotel karena dapat menjadi nilai tambah bagi calon tamu untuk memiliki minat pembelian. Kemudian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Baek (2016) juga mengungkapkan bahwa minat calon tamu untuk memesan kamar dapat dipengaruhi oleh keunikan desain hotel melalui persepsi nilai terkait desain. Baek menjelaskan lebih lanjut bahwa menurut Kumar & Nobel (2015) terdapat nilai-nilai terkait desain yang terbagi kedalam empat dimensi, yaitu nilai sosial, altruistik, fungsional, dan juga estetika. Ketika persepsi calon tamu mengenai nilai-nilai terkait desain hotel baik, maka calon tamu akan memiliki minat untuk memesan kamar di hotel tersebut.

Akhir – akhir ini perkembangan *boutique hotel* mulai banyak ditemui. Karena mulai banyak calon tamu yang memilih hotel dengan desain yang

menarik. Hotel yang mengedepankan desain sebagai salah satu bentuk pelayanan biasa disebut *boutique* hotel. *Boutique* hotel memiliki desain dan penampilan yang berbeda (Drewers, 2005). Menurut (Aretta & Hudrasyah, 2014) *Boutique* hotel dirancang berdasarkan konsep desain yang menarik untuk memenuhi harapan dan obsesi calon tamu. Tentunya dalam hal ini tidak hanya atmosfer ruangan, tapi juga pelayanan serta fasilitas yang disediakan didesain untuk memberikan kenyamanan bagi calon tamu yang akan menginap (Goh, 2015). *Boutique* hotel biasanya menyediakan beragam fasilitas tambahan seperti kolam renang, spa, kelas yoga, kelas seni, dan lain-lain yang disesuaikan dengan target pasar dan momen-momen tertentu. Konsep *boutique* hotel ini kemudian berhasil mengalihkan minat calon tamu dari hotel konvensional (Nur, 2018).

Boutique hotel di Indonesia dapat dijumpai di beberapa kota besar, salah satunya yaitu Yogyakarta. Menurut data kemendagri (dalam Reknoringtyas, 2016) Yogyakarta merupakan tujuan wisata terfavorit urutan kedua di Indonesia setelah Bali. Hal tersebut dikarenakan Yogyakarta menawarkan berbagai jenis wisata seperti wisata budaya, wisata kesenian, wisata alam, wisata belanja, wisata kuliner, dan lain-lain. Sektor pariwisata di Yogyakarta terus berkembang dalam berbagai aspek termasuk akomodasi (bpiw.pu.go.id, 2018) Sekarang ini pertumbuhan hotel di Yogyakarta turut meningkat dengan berbagai macam konsep, salah satunya *boutique* hotel. Berikut ini merupakan daftar *boutique* hotel yang ada di Yogyakarta.

Tabel 1.1. Daftar *Boutique Hotel* di Yogyakarta

Nama Hotel	Lokasi
YATS Colony	Jl. Patangpuluhan No.23
The Journey Hotel	Jl. Sorosutan No. 2e
Greenhost Boutique Hotel	Jl. Prawirotaman II No. 629
Adhisthana Hotel	Jl. Prawirotaman II No. 613
Gaia Cosmo Hotel	Jl. Ipda Tut Harsono No. 16
Ayaartta Hotel	Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 123
H Boutique Hotel	Jl. Prof. Herman Yohanes No. 1

Gallery Prawirotaman Hotel	Jl. Prawirotaman 2 No. 839
Java Villas Boutique Hotel & Resto	Jl. Gerilya No.460

Sumber: Tripadvisor.co.id (2020)

Tabel 1.1 menunjukkan daftar beberapa *boutique hotel* yang berlokasi di Yogyakarta. Hotel-hotel tersebut memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari hotel konvensional, baik dari segi desain interior, konsep pelayanan, maupun pengalaman menginap yang ditawarkan. Keberadaan hotel-hotel ini mengindikasikan bahwa Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar dalam pengembangan konsep akomodasi tematik dan berkonsep.

Penelitian ini akan membahas pengaruh persepsi calon tamu mengenai persepsi keunikan desain hotel terhadap minat dalam memesan kamar yang dimediasi oleh persepsi nilai desain seperti nilai sosial, fungsional, dan estetika. *Boutique hotel* akan dijadikan sebagai subjek penelitian karena hotel jenis ini mengedepankan desain dalam konsep pelayanannya. Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Baek (2016) dengan judul “*The Impact of Hotel Design Uniqueness on Booking Intention and Willingness to Pay*”. Dalam penelitian tersebut Baek melakukan penelitian mengenai pengaruh keunikan desain hotel pada minat pemesanan dan kesediaan untuk membayar (*Willingness To Pay*), menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner, dan menggunakan metode analisis data dilakukan tiga tahap yaitu semua variabel diperiksa keakuratan entri data, nilai yang hilang, outlier, normalitas dan multikolinearitas, kedua menggunakan analisis faktor konfirmatori (*CFA*), ketiga menggunakan model persamaan struktural atau *SEM*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keunikan pelanggan terhadap desain hotel fiktif berpengaruh positif terhadap nilai estetika, sosial, dan fungsional. Penelitian yang dilakukan oleh Baek memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada lokasi, variabel dan metode. Keunikan desain menjadi salah satu faktor diferensiasi yang potensial, tidak hanya sebagai daya tarik visual tetapi juga sebagai elemen pembentuk identitas dan pengalaman menginap yang berkesan. Namun, masih minim penelitian yang membahas hubungan antara desain hotel dengan minat pemesanan kamar,

terutama di Yogyakarta yang kaya akan nilai budaya dan estetika. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menguji pengaruh keunikan desain hotel terhadap minat pemesanan kamar melalui nilai terkait desain.

Penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu memberikan kontribusi dan dapat dijadikan bahan rujukan bagi para pengelola hotel untuk memahami faktor apa saja yang harus ditingkatkan untuk dapat terus menarik calon tamu yang disesuaikan dengan keinginan pasar, dalam penelitian ini khususnya mengenai konsep desain. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Keunikan Desain Hotel Terhadap Minat Pemesanan Kamar Melalui Nilai Desain Hotel Butik di Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkatan pengaruh keunikan desain hotel terhadap nilai desain serta implikasinya pada minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh keunikan desain terhadap persepsi nilai desain di *boutique hotel* Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh nilai desain terhadap minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh keunikan desain hotel terhadap minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta?
5. Bagaimana pengaruh keunikan desain hotel terhadap nilai desain serta implikasinya pada minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis secara deskriptif tingkatan pengaruh keunikan desain hotel terhadap nilai desain serta implikasinya pada minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta.

2. Menganalisis pengaruh keunikan desain terhadap nilai desain di *boutique hotel* Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh nilai desain terhadap minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh keunikan desain hotel terhadap minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta.
5. Menganalisis pengaruh keunikan desain hotel terhadap nilai desain serta implikasinya pada minat pemesanan kamar di *boutique hotel* Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini:

1. Manfaat akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa dikemudian hari.
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan *stakeholder* di bidang perhotelan untuk memahami keinginan pasar pada masa sekarang maupun beberapa waktu kedepan.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan skripsi ini yang disesuaikan dengan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UPI Tahun Akademik 2018.

1. Bab I: Pendahuluan

Bab pendahuluan dalam skripsi terdiri dari latar belakang penelitian mengenai pengaruh keunikan desain hotel terhadap minat pemesanan pada *boutique hotel* di Yogyakarta, rumusan masalah penelitian yang berdasarkan pada latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara akademis dan praktis, serta sistematika penulisan.

2. Bab II: Kajian Pustaka

Bab kajian pustaka merupakan bab yang berisi teori-teori dari para ahli maupun penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti untuk mendukung penelitian dan kerangka pemikiran. Kajian pustaka dalam penelitian ini yaitu teori-teori mengenai desain dan minat pemesanan dalam bidang perhotelan. Selain teori-teori tersebut, bab ini juga menjelaskan

mengenai penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini, dan juga kerangka pemikiran beserta hipotesisnya.

3. Bab III: Metode Penelitian

Bab metode penelitian berisi penjabaran mengenai metode penelitian yang dilakukan dari awal sampai akhir secara sistematis. Metode penelitian tersebut memaparkan mengenai lokasi penelitian, populasi beserta sampel, operasional variabel, instrumen penelitian, prosedur penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. Bab IV: Temuan dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan temuan beserta pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Seperti penjabaran mengenai lokasi penelitian, dan juga analisis deskriptif serta verifikatif dari setiap variabel yang diteliti.

5. Bab V: Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan saran yang direkomendasikan oleh penulis.