

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata dinilai sebagai industri yang menjanjikan dalam membantu keadaan ekonomi sebuah negara dikarenakan setiap negara di dunia memanfaatkan karakteristik pariwisata yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Fenomena krisis global yang dialami sejak bulan Agustus 2008 telah berdampak pula terhadap industri pariwisata, khususnya terhadap kunjungan wisatawan dari negara-negara yang terkena krisis ataupun negara yang terkena dampaknya.

Kepariwisataan dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi Negara-Negara yang telah berkembang atau perekonomiannya maju.

Industri pariwisata yang terjadi di Indonesia sudah jauh lebih baik dan tidak kalah dengan negara- negara berkembang lainnya. Pariwisata indonesia menargetkan tahun 2014 mencapai 10 juta wisatawan yang akan berkunjung.

Berikut jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) ke Indonesia:

**TABEL 1.1  
JUMLAH KUNJUNGAN WISMAN DAN WISNUS KE INDONESIA**

<b>Tahun</b>	<b>Wisman</b>	<b>Wisnus</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>
<b>2012</b>	6.323.730	85.623.452	<b>91.947.182</b>
<b>2013</b>	7.002.944	80.556.753	<b>87.579.697</b>
<b>2014</b>	7.649.731	96.240.645	<b>103.890.377</b>

Sumber: <http://www.budpar.go.id>

Wisman sangat memiliki peran yang sangat strategis bagi perkembangan pariwisata Indonesia khususnya dalam kondisi rendahnya kunjungan wisman. Pentingnya posisi wisnus dapat dilihat dari tingginya jumlah perjalanan di dalam negeri. Tren pariwisata Indoneisa pada tahun 2014 akan banyak mengalami

perubahan, pertumbuhan perekonomian menjadi target utama pada tahun 2014. Departemen Pariwisata dan ekonomi kreatif memprediksikan wisata dan perjalanan di tahun 2014 yaitu kapal pesiar, tarif baru penerbangan serta munculnya wisata baru akan menjadi trend pariwisata Indonesia di tahun 2014.

Peningkatan ekonomi suatu daerah tidak terlepas dari kineja bisnis dan industri pariwisata, diantaranya meliputi fasilitas akomodasi, penyedia makanan dan minuman, ataupun bidang usaha lainnya. Provinsi Banten secara geografis berada di Pulau Jawa berdekatan dengan Pulau Sumatera. Luas wilayah Banten 9.662,92 km<sup>2</sup> dengan populasi penduduk mencapai 11.005.518 jiwa berdasarkan Banten Dalam Angka tahun 2012. Mayoritas penduduk beragama Islam dengan mata pencaharian dari sektor pertanian, perdagangan, industri dan jasa.

Unit pemerintahan dibagi atas 4 kabupaten dan 4 kota : Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang dan Kota Tangerang Selatan. Masing-masing wilayah memiliki karakteristik sumber daya pariwisata budaya, alam, buatan dan kehidupan masyarakat tradisional (*living culture*) yang berkembang sebagai destinasi wisata berskala nasional bahkan internasional seperti Pesona Pantai Anyer, Carita & Tanjung Lesung, wisata bahari Pulau Umang, Taman Nasional Ujung Kulon, wisata Religi Banten Lama

Pada perkembangannya, jumlah destinasi wisata Banten berdasarkan data tahun 2012 telah tercatat sebanyak 526 obyek yang terbagi kedalam beberapa kategori. Yaitu: wisata marina, wisata sejarah, suaka alam, dan obyek wisata lainnya. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Prov. Banten memiliki salah satu program promosi yang berhasil dengan tema *Visit Banten 2014* . Berikut jumlah kunjungan wisatawan keProvinsi Banten:

**TABEL 1.2**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE PROVINSI BANTEN**

<b>Tahun</b>	<b>Wisman</b>	<b>Wisnus</b>	<b>Jumlah</b>
<b>2012</b>	18.326.073	32.000.000	<b>50.326.073</b>
<b>2013</b>	18.656.643	37.000.000	<b>55.656.643</b>

<b>2014</b>	18.875.223	40.000.000	<b>58.875.223</b>
-------------	------------	------------	-------------------

Sumber: Neraca Satelit Pariwisata Banten T.A. 2014

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah wisman yang berkunjung ke Provinsi Banten mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Peningkatan tersebut terjadi selama dua tahun berturut-turut yaitu sebanyak 330.570 orang atau sekitar 13,5% pada tahun 2013, sedangkan peningkatan di tahun 2014 tidak sebanyak tahun sebelumnya yaitu hanya 218.580 orang atau sekitar 11%. Jumlah wisnus yang berkunjung ke Jawa Barat mengalami peningkatan yaitu sebanyak 5.000.000 orang atau sekitar 16% pada tahun 2013, sedangkan peningkatan di tahun 2014 tidak sebanyak di tahun sebelumnya yaitu hanya 3.000.000 orang atau sekitar 13,3% dan target wisatawan di tahun 2015 yaitu sebesar 16,9% dari tahun 2014. Salah satu daerah yang memiliki daya tarik wisata serta banyak dikunjungi oleh wisatawanya itu berada di Kota Cilegon.

Berdasarkan letak geografisnya, Kota Cilegon berada di bagian ujung sebelah barat dari Pulau Jawa yang terletak pada posisi 5° 52' 24" – 6° 04' 07" Lintang Selatan (LS) dan 105° 54' 05" – 106° 05' 11" Bujur Timur (BT). Batasan ruang lingkup wilayah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1999 luas wilayah administrasi 17.550,0 Ha dengan 4 kecamatan yang telah dimekarkan menjadi 8 kecamatan (Kecamatan Ciwandan, Citangkil, Pulomerak, Grogol, Purwakarta, Cilegon, Jombang, dan Cibeber) yang terdiri atas 43 kelurahan.

Kota Cilegon terkenal dengan kawasan industrinya namun selain kawasan industry cilegon juga memiliki tempat-tempat pariwisata yang alami dengan pemandangan asri dan sejuk. Meskipun kota ini dijuluki sebagai kota baja, namun terdapat pula daerah-daerah yang memiliki potensi wisata alam yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Berikut jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung melalui pintu gerbang kedatangan:

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/ 2015
----------------------------------

<b>Tahun</b>	<b>Wisman</b>	<b>Wisnus</b>	<b>Total</b>
2010	228.449	4.951.439	<b>5.179.888</b>
2011	225.585	6.487.239	<b>6.712.824</b>
2012	376.855	5.480.584	<b>5.857.439</b>
2013	298.765	5.267.007	<b>5.565.772</b>
2014	285.347	3.867.986	<b>4.153.333</b>
Jumlah	<b>1.713.766</b>	<b>26.054.255</b>	<b>27.768.021</b>

**TABEL 1.3**  
**DATA KUNJUNGAN WISATAWAN YANG BERKUNJUNG MELALUI**  
**PINTU GERBANG KEDATANGAN KOTA CILEGON**

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Cilegon 2014

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2010-2014 mengalami kenaikan dan penurunan, penurunan terbesar terjadi pada tahun 2014. Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RAPPDIRDA Kota Banten) bahwasanya misi dari adanya strategi pembangunan destinasi pariwisata yaitu untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan menetapkan target jumlah wisatawan.

Kiki Pebriyanti, 2015

**PENGARUH PROGRAM GREEN HOTEL TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI THE ROYALE KRAKATAU HOTEL KOTA CILEGON BANTEN**

Universitas Pendidikan Indonesia | \.upi.edu perpustakaan.upi.edu

Sarana akomodasi seperti *travel agent*, hotel dan restoran sebagai bisnis yang potensial di Kota Cilegon untuk merenggut pangsa pasar wisatawan. Hotel merupakan salah satu akomodasi yang penting bagi wisatawan untuk dapat menginap. Peluang bisnis tersebut menjadi tugas para pemilik hotel dan penyedia jasa penginapan lainnya untuk berperan serta secara aktif dalam meningkatkan tingkat kunjungan ke Kota Cilegon dengan tujuan untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Kota Cilegon. Pemerintah juga ikut serta dalam proses promosi Kota Cilegon antara lain dengan mengadakan *event-event* berskala nasional dan Internasional. Pihak swasta juga turut serta dalam usahanya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Cilegon, dengan cara pembuatan objek dan daya tarik wisata baru, dan penyedia akomodasi berupa hotel-hotel baru dengan tema tertentu yang semakin menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Cilegon.

Ciri khusus hotel berbintang adalah mempunyai restoran yang dikelola secara langsung di bawah manajemen hotel tersebut. Kelas hotel ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah. Semakin banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Kota Cilegon maka semakin banyak pula akomodasi yang didirikan di Kota Cilegon.

Persaingan bisnis hotel di Kota Cilegon semakin ketat, terutama pada klasifikasi hotel bintang 3 dan bintang 4. Mereka bersaing untuk memanfaatkan peluang bisnis hotel dalam merebut pangsa pasar. Salah satu hotel berbintang yang termasuk dalam daftar hotel bintang 4 adalah The Royale Krakatau Hotel, Convention and Golf.

The Royale Krakatau Hotel terletak strategis ditengah pertumbuhan kota industri Cilegon. 100 kilometer dari barat Jakarta yang dapat dijangkau oleh 1 jam berkendara dari Jakarta. The Royale Krakatau Hotel bertujuan untuk memenuhi kebutuhan semua tamu, dan tempat yang paling cocok untuk bisnis dan liburan, The Royale Krakatau Hotel memiliki 168 tempat peristirahatan – terbagi atas 28 unit cottage dengan 4 tipe (The Royale Suite, Suite Executive dan Family Room) dan 140 kamar hotel (Suite Tower, Deluxe Garden, Deluxe Tower dan Superior)

yang sangat nyaman. Kenyamanan menginap akan semakin menarik oleh hijaunya pemandangan alam yang asri dari pepohonan dan lapangan golf .

The Krakatau Golf Court, serta lokasi hiburan dan fasilitas yang memadai seperti Moonstone Karaoke, Lapangan Tenis, Permainan Billiard, Kolam Renang dan Pusat Kebugaran, dan berbagai macam pilihan lokasi untuk bersantap (Sapphire Asian Resto, Banten Bistro, and Chrysoberil Lounge). Sebagai hotel yang berdiri cukup lama di Cilegon, menjadikan The Royale Krakatau Hotel Cilegon melakukan berbagai upaya dan strategi untuk tetap meningkatkan tingkat *occupancy*. Berikut disajikan tingkat *occupancy* The Royale Krakatau Hotel Cilegon pada tabel 1.4 :

**TABEL 1.4**  
**TINGKAT OCCUPANCY THE ROYALE KRAKATAU HOTEL**

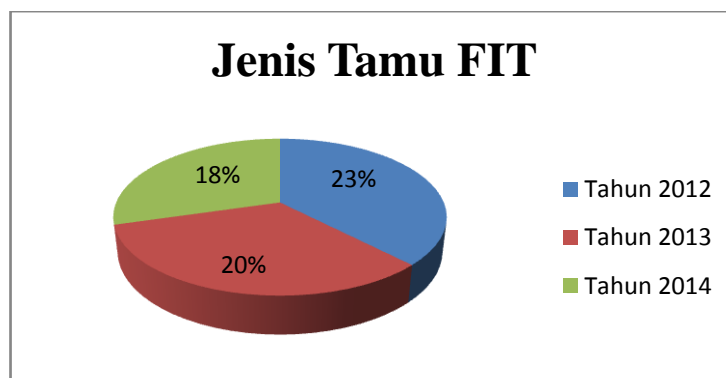
<b>Tahun</b>	<b>Room Available</b>	<b>Room Sold</b>	<b>Tingkat Okupansi</b>
2012	42.461	36.419	<b>77%</b>
2013	46.669	38.909	<b>79%</b>
2014	40.215	32.785	<b>75%</b>

Sumber : *Front-Office Dept.* The Royale Krakatau Hotel 2014.

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas tingkat *occupancy* The Royale Krakatau Hotel mengalami penurunan pada tahun 2014, hal ini dikarenakan banyaknya jumlah pendirian hotel baru baik hotel melati atau bintang serta menjamurnya pendirian *guest house* di Kota Cilegon.

The Royale Krakatau Hotel merupakan hotel yang memiliki tipe atau jenis tamu yang terdiri dari *group individual traveler* (GIT) dan *Free individual traveler* (FIT). GIT (*Group Individual traveler*) yaitu jenis tamu dimana yang melakukan *check-in* adalah atas nama group atau rombongan. Tamu GIT ini contohnya adalah tamu-tamu dari *travel agent*. Sedangkan untuk tamu FIT (*free individual traveler*) adalah tamu yang melakukan pemesanan kamar dengan cara *walk-in* dan

bukan atas nama group atau rombongan seperti tamu-tamu GIT. Dan jika dilihat dari tingkat hunian kamar hotel berdasarkan jenis tamu yang menginap, maka terlihat tingkat hunian kamar *free individual traveler* (FIT) terus mengalami penurunan dalam 3 tahun terakhir.



Sumber: The Royale Krakatau Hotel 2014

**GAMBAR 1.1**  
**TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL THE ROYALE KRAKATAU**  
**HOTEL BERDASARKAN JENIS TAMU *FREE INDIVIDUAL TRAVELER***  
**(FIT)**

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa jenis tamu FIT semakin menurun dalam 3 tahun terakhir. Tahun 2012 tamu FIT yang menginap hanya sebesar 23%, untuk tahunberikutnya yaitu pada tahun 2013 presentase tamu yang menginap hanya 20%, turun dari tahun sebelumnya, kemudian pada tahun 2014 semakin mengalami penurunsn menjadi 18%.

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/ 2015

Turunnya tingkat *occupancy* di The Royale Krakatau Hotel berpengaruh pula pada *revenue* hotel. Berikut disajikan Tabel 1.5 mengenai *revenue* The Royale Krakatau Hotel tahun 2012-2014 :

**TABEL 1.5**  
**TOTAL REVENUE THE ROYALE KRAKATAU HOTEL**

<b>Tahun</b>	<b>Total Revenue</b>
2012	<b>618.325.599.453</b>
2013	<b>656.400.052.754</b>
2014	<b>559.641.874.743</b>

Sumber : *Front-Office Dept.* The Royale Krakatau Hotel 2014

Tabel 1.5 data *revenue* The Royale Krakatau Hotel pada tahun 2012-2014. Dapat kita lihat selisih penurunan dari pendapatan pada tahun 2013 sebesar Rp.38.074.453.301,- 2014 sedangkan pada tahun 2014 total *revenue* The Royale Krakatau Hotel mengalami penurunan sebesar Rp.58.683.724.710,-.

Upaya yang dilakukan oleh The Royale Krakatau Hotel dalam meningkatkan *revenue* dan tingkat *occupancy* antara lain melakukan strategi promosi dan bekerja sama dengan *travel agent* yang ada di Provinsi Banten secara berkala terhadap segmen-segmen tamu yang berpotensi.

Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2012-2025 (RAPPIRDA Kota Cilegon) mengenai peraturan pengembangan akomodasi, bahwasanya strategi pengembangan akomodasi baik hotel dan restoran yang merupakan sarana pendukung pariwisata Cilegon harus memperhatikan beberapa hal seperti lingkungan yang bersih, hijau, dan tertata rapi melalui penerapan pembangunan pengembangan akomodasi berwawasan lingkungan.

The Royale Krakatau Hotel mendapatkan apresiasi dari Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang bekerjasama dengan Persatuan Hotel Republik Indonesia (PHRI) menjadikan The Royale Krakatau Hotel sebagai salah satu hotel terbaik dalam melaksanakan program *Green Management Hotel* atau *Green Hotel* dalam hal ini program tersebut di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah tamu untuk menginap di The Royale Krakatau Hotel khususnya untuk

Kiki Pebriyanti, 2015

**PENGARUH PROGRAM GREEN HOTEL TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI THE ROYALE KRAKATAU HOTEL KOTA CILEGON BANTEN**

Universitas Pendidikan Indonesia | \.upi.edu perpustakaan.upi.edu



meningkatkan tamu jenis FIT, yang dimana program *Green Hotel* tersebut Menurut Judy dalam Yung dan Yu Chan (2012:2) bahwasanya “*The fundamental orientations of a green hotel include: recycled material, recyclable, low-polluting and energy-saving.*”

Kegiatan yang dilakukan dalam mendukung program *green hotel* tersebut dapat di lihat dari beberapa cara yaitu:

1. *Recycled material*, dalam pembangunan dan mendesain lebih memprioritaskan penggunaan bahan-bahan bangunan yang ramah lingkungan seperti dalam penggunaan alumunium, kaca, besi, baja, batu bata harus memiliki prioritas terhadap lingkungan sekitar seperti bisa mengurangi efek radiasi. Begitu pula dengan konstruksi bangunan harus ramah lingkungan. Implementasi yang dilakukan The Royale Krakatau Hotel seperti The Royale Krakatau Hotel memiliki desain dan konstruksi di area lobby dan restaurant lebih terbuka, memungkinkan hotel lebih menggunakan pencahayaan alami begitu juga sirkulasi udara yang terdapat disana lebih menggunakan udara alami.

2. *Recyclable* seperti antara sampah kertas dan majalah, botol kaca, alumunium dan botol plastik harus dipisahkan dan kemudian sampah tersebut kemungkinan dapat didaur ulang. Implementasi The Royale Krakatau Hotel menyediakan keranjang pendaur ulang di kamar tamu maupun di area umum. Contohnya, tempat sampah untuk koran, kerta putih terpisah dengan keranjang tempat sampah untuk produk kaca kaleng alumunium dan plastik.

3. *Low-polluting* seperti, Area hotel memiliki taman-taman yang berfungsi melindungi ekosistem dan menyimpan air. Hotel menyediakan sepeda untuk para tamu, peta perjalanan dan informasi transportasi sehingga mengurangi penggunaan mobil pribadi.

4. *Energy-saving* seperti, disarankan pemerintah mendorong hotel dalam mendukung kegiatan (untuk hemat air dan hemat energi) dan meningkatkan kinerja pelayanan. Implementasi pada hotel seperti memberikan *training* terhadap staff hotel mengenai *energy saving*. Hotel juga menggunakan perangkat hemat energi. Biasanya di tandai dengan logo “*energy star*”. Untuk pelaksanaan *water*

*saving*, hotel menggunakan keran yang hemat air, keran dan wastafel beraliran rendah. Disamping itu juga terdapat himbauan dari hotel terhadap tamu untuk mendukung kegiatan *green hotel* ini seperti pada setiap kamar tamu terdapat *notes* “*no need to clean the bed sheet or the towel*”, jika tamu menginap lebih dari satu hari, mereka bisa meninggalkan catatan tersebut, ini bisa mengurangi penggunaan air, konsumsi detergent dan pembuangan limbah lainnya.

Berdasarkan strategi dari program yang dilaksanakan oleh The Royale Krakatau Hotel yaitu melakukan strategi atau program *green hotel* yang terdiri dari *recycled material, recyclable, low-polluting and energy-saving* diharapkan akan mempengaruhi keputusan menginap di The Royale Krakatau Hotel. Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“PENGARUH PROGRAM *GREEN HOTEL* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI THE ROYALE KRAKATAU HOTEL KOTA CILEGON BANTEN”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana program *green hotel* yang dilaksanakan The Royale Krakatau Hotel
2. Bagaimana keputusan menginap di The Royale Krakatau Hotel
3. Bagaimana pengaruh program *green hotel* terhadap keputusan menginap tamu di The Royale Krakatau Hotel

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan penelitian yaitu untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Program *green hotel* yang dilaksanakan The Royale Krakatau Hotel
2. Keputusan menginap di The Royale Krakatau Hotel

UN.40.2.5/ 2/ PL/ 2015  
No. 4897/2015

3. Pengaruh program *green hotel* terhadap Keputusan menginap tamu di The Royale Krakatau Hotel

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas maka kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perluasan kajian ilmu pemasaran pariwisata, khususnya yang memiliki keidentikan mengenai *green hotel* terhadap keputusan menginap di The Royale Krakatau Hotel. Selanjutnya hasil penelitian dapat memberi kontribusi untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran pariwisata khususnya pada manajemen hotel.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pihak yang bersangkutan yaitu manajemen The Royale Krakatau Hotel dalam merespon tamu untuk membuat keputusan menginap melalui program *green hotel*.

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/ 2015