

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung. Seperti yang telah kita ketahui, memahami apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan dalam suatu perusahaan adalah sebuah hal yang sangat penting. Ketika sebuah perusahaan mampu memenuhi ekspektasi dari pelanggan, maka akan timbul kepuasan dari dalam diri pelanggan itu sendiri. Menurut Zeithaml (2000), kepuasan pelanggan adalah tanggapan pemenuhan konsumen, yaitu suatu pertimbangan bahwa fitur barang atau jasa itu sendiri, memberikan suatu tingkat pemenuhan terkait dengan konsumsi yang menyenangkan. Jadi, konsumen akan merasakan kepuasannya apabila barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut dapat memenuhi kesenangannya. Beberapa penelitian menemukan bahwa pelanggan yang memiliki perasaan yang kuat sehubungan dengan pengalaman menginap mereka, bersedia membayar lebih dibandingkan dengan pelanggan yang tidak merasakan sesuatu yang istimewa sama sekali (Barsky & Nash, 2002). Reaksi emosional ataupun respon afektif yang mengarah pada kepuasan pelanggan ditemukan secara signifikan berhubungan dengan keinginan pelanggan untuk kembali. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan di antaranya menarik perhatian pelanggan, adanya pembelian berulang, meningkatnya reputasi perusahaan, dan lain sebagainya, dimana hal tersebut mengarah pada sikap loyalitas pelanggan (Akbar & Parvez, 2009).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang perkembangannya dapat dikatakan sangat baik di Indonesia. Indonesia memiliki daya tarik pariwisata yang besar, baik wisata alam, wisata bahari, wisata religi, maupun keragaman budaya lainnya. Dengan strategi dan pengelolaan yang baik dan benar diharapkan pembangunan sektor pariwisata Indonesia dapat menggerakkan peningkatan

July Christine Silaban, 2019

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIRBNB KOTA BANDUNG

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

ekonomi di Indonesia, seperti yang sudah seharusnya sesuai dengan tujuan kepariwisataan di Indonesia sendiri.

Berkembangnya pariwisata di Indonesia tentunya tidak terlepas dari upaya peningkatan sektor pariwisata di setiap provinsi yang ada di Indonesia. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki daya tarik wisata yang beragam dan sektor pariwisatanya sedang berkembang. Salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang pariwisatanya sedang berkembang dan diminati wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara adalah Kota Bandung. Kota Bandung merupakan pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat dan tentu saja merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat. Bandung menawarkan pesona yang menarik bagi wisatawan baik nusantara maupun mancanegara, mulai dari tempat-tempat wisata yang menarik dan unik, wisata mode, wisata religi, hingga wisata kuliner. Daya tarik wisata tersebut juga didukung dengan kemudahan akses yang terdapat di Kota Bandung. Seperti yang kita ketahui, Kota Bandung memiliki akses pintu kedatangan Internasional yaitu Bandara Husein Satranegara dan banyak pintu gerbang tol yaitu, gerbang tol Pasteur, gerbang tol Pasirkoja, gerbang tol Kopo, gerbang tol Moh. Toha, dan gerbang tol Buah Batu. Selain itu, terdapat dua stasiun kereta api dan dua terminal bus. Hal ini tentu saja mempermudah akses kedatangan wisatawan ke Kota Bandung, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Tabel 1. 1

Data Kunjungan dan Wisatawan yang Menginap di Kota Bandung Tahun 2012 – 2015

Tahun	Wisatawan yang Masuk Melalui Pintu Gerbang Utama			Persentase Perubahan (%)	Wisatawan Menginap			Persentase Perubahan (%)
	Wisman	Wisnus	Total		Wisman	Wisnus	Total	
2012	176.855	5.080.584	5.257.439	-	158.848	3.354.857	3.513.705	-
2013	176.432	5.388.292	5.564.724	+2,8	170.982	3.726.447	3.897.295	+5,2
2014	180.143	5.627.421	5.807.564	+2,1	176.487	4.242.294	4.418.781	+6,3
2015	183.932	5.877.162	6.061.094	+2,2	130.039	3.874.453	4.004.492	-4,9

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2015)

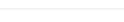
Berdasarkan tabel tersebut, dapat kita lihat bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung tidak hanya sekedar berkunjung tetapi juga menginap. Hal tersebut ditunjukkan oleh banyaknya wisatawan yang menginap dibandingkan dengan wisatawan yang sekedar berkunjung. Besarnya minat wisatawan untuk menginap memicu peningkatan industri pariwisata Indonesia dimana peluang berbisnis dalam usaha pariwisata sangatlah besar. Salah satu usaha pariwisata yang manfaatnya sangat bisa dirasakan oleh wisatawan menginap adalah penyediaan akomodasi. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 18 Tahun 2016, Usaha Penyediaan Akomodasi adalah usaha penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Bidang usaha penyediaan akomodasi meliputi jenis usaha: a. hotel; b. kondominium hotel; c. apartemen servis; d. bumi perkemahan; e. persinggahan karavan; f. vila; g. pondok wisata; h. jasa manajemen hotel; i. hunian wisata senior/lanjut usia; j. rumah wisata; dan k. motel. Penyediaan akomodasi memegang peranan penting dalam mendukung pembangunan pariwisata, dimana akomodasi sangat membantu wisatawan yang berkunjung dengan menyediakan fasilitas menginap bagi wisatawan yang ingin menghabiskan waktu lebih lama di suatu tempat.

Seperti yang kita ketahui, usaha penyediaan akomodasi tidak hanya berbicara tentang hotel, melainkan lebih luas daripada itu. Meskipun hotel telah lama memainkan peran utama dalam industri penginapan (Solnet, Paulsen, & Cooper, 2010), beberapa jenis akomodasi baru telah muncul dengan fitur-fitur yang lebih unik dan berbeda, bahkan kemunculannya menjadi sebuah ancaman bagi eksistensi hotel di Indonesia. Airbnb adalah salah satu contoh penyediaan akomodasi baru dalam konteks *sharing economy* dan *network hospitality*. Ini merupakan salah satu fenomena yang menarik perhatian penulis, yaitu munculnya sebuah *e-commerce marketplace* akomodasi dalam bentuk P2P (*Peer to Peer*) yang menjual berbagai jenis akomodasi *non hotel* seperti apartemen, rumah, vila, kamar pribadi dan lain sebagainya, yang menarik bagi beragam orang dan menjadi pilihan fleksibel untuk kebutuhan pelanggan yang berbeda (Lu & Kandampully, 2016).

Airbnb berbeda dengan *platform* penyedia jasa produk perjalanan seperti Booking.com, Agoda, Pegipegi.com, Trivago, Tarveloka, dan banyak lainnya. Airbnb merupakan *online marketplace* berasal dari Amerika yang menawarkan penyewaan rumah, apartemen, vila, kamar pribadi, dan properti sejenis lainnya yang menghubungkan langsung pelanggan dengan pemiliknya (*host*) yang sudah ada sejak tahun 2008. Konsep Airbnb hampir sama dengan Uber atau ojek *online* lainnya, yaitu *sharing economy* (Hadian, 2017). Notabene pemilik rumah, kamar, vila maupun apartemen merupakan warga setempat dan siapapun dapat menyewakan properti pribadi miliknya sendiri melalui Airbnb. Secara garis besar, Airbnb memiliki konsep yang sama dengan penyewaan hotel, namun umumnya fasilitas penginapan di Airbnb lebih lengkap seperti dapur, mesin cuci, hingga kolam renang pribadi, tergantung fasilitas yang disediakan oleh tuan rumah (*host*). Selain itu, Airbnb mengharuskan setiap pengguna baik calon tamu maupun *host* untuk menyertakan kartu kredit sebagai metode pembayaran. Kehadiran Airbnb di dunia bisnis akomodasi cukup menggemparkan. Berdasarkan Gambar 1.1, dapat kita lihat bahwa Airbnb menunjukkan eksistensinya diantara situs penyedia jasa produk perjalanan lainnya yang sudah ada terlebih dahulu.

Gambar 1. 1

Peringkat Situs Website Akomodasi di Dunia 2019

Rank ①	Website ①	Category ①
1	 booking.com	Travel > Accommodation and Hotels
2	 tripadvisor.com	Travel > Tourism
3	 airbnb.com	Travel > Accommodation and Hotels
4	 tripadvisor.co.uk	Travel > Tourism
5	 expedia.com	Travel > Accommodation and Hotels
6	 ryanair.com	Travel > Airlines and Airports
7	 hotels.com	Travel > Accommodation and Hotels
8	 kayak.com	Travel > Tourism
9	 agoda.com	Travel > Accommodation and Hotels
10	 jalan.net	Travel > Accommodation and Hotels

July Christine Silaban, 2019

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIRBNB KOTA BANDUNG

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

Sumber : <https://www.similarweb.com/top-websites/category/travel>

Meskipun kehadirannya belum resmi, sudah banyak pemilik, rumah, apartemen, vila, kamar pribadi, dan properti sejenis lainnya yang menawarkan penyewaan melalui Airbnb, seperti di Bali, Yogyakarta, dan daerah wisata terkenal lainnya. Keberadaan Airbnb banyak mendapat pertentangan dari beberapa pihak. Ketua Umum Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Hariyadi Sukamdani berpendapat bahwa kehadiran Airbnb mulai menggerogoti bisnis hotel di Tanah Air, hal ini dikarenakan Airbnb memiliki keunggulan yang sulit dilawan industri hotel, yakni dari aspek harga yang jauh lebih murah. Oleh karena itu ia mengemukakan bahwa pemerintah perlu mengenakan pajak bagi mitra (*host*) yang mengiklankan propertinya di Airbnb agar terciptanya asas keadilan dalam dunia usaha penyediaan akomodasi (Fajrian, 2017). Lalu, menurut *corporate secretary* PT. Pudjiadi and Sons Tbk (PNSE) Ariyo Tejo, masuknya Airbnb menghadirkan tantangan bagi hotel-hotel yang dioperasikan perusahaan. Kehadiran Airbnb ikut menekan okupansi hotel karena industri hotel di Indonesia sendiri masih mengalami *oversupply* atau kelebihan pasokan. Airbnb dianggap merugikan pelaku usaha perhotelan karena bisnisnya tidak masuk dalam sistem bisnis akomodasi yang legal dan tidak membayar pajak. Selain itu, Airbnb hanya menawarkan tempat penginapan tanpa memperhatikan aspek keamanan dan layanan, dimana hal tersebut yang justru menjadi perhatian penting bagi dunia perhotelan dalam pemberian jasa (Hadian, AirBnB Mulai Mengancam BisnisHotel di Indonesia, 2017).

Setelah banyak mengalami pertentangan, dari tahun ke tahun eksistensi Airbnb terus meningkat. Pada November 2017, terdapat 881 ribu wisatawan mancanegara yang merupakan pelanggan Airbnb datang ke Indonesia. Pertumbuhan konsumen Airbnb di Indonesia pun tercatat peningkatan sebesar 72% pada tahun 2017. Sementara hunian yang disewakan Airbnb kepada wisatawan di Indonesia sebanyak 43.700. Airbnb meraup untung Rp. 1,15 triliun di wilayah Indonesia saja (Hamdani, 2017). Airbnb sudah tersebar di berbagai daerah di Indonesia seperti Bali, Jakarta, Malang, Bandung, Lombok, bahkan Papua (Hekalyan, 2018).

**Tabel 1. 2 Jumlah dan Jenis Akomodasi Airbnb di Kota Bandung
Tahun 2019**

Jenis	Jumlah
Apartemen	194
Guesthouse	4
Kamar Hotel	2
Kamar Pribadi	26
Kondominium	11
Loteng	3
Pondok	1
Rumah	37
Suite Tamu	7
Town House	7
Villa	14
Kamar Bersama	1
Jumlah	307

Sumber: Airbnb dan Hasil Pengolahan Penulis (2019)

Mengingat Kota Bandung merupakan salah satu kota yang diminati wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara dengan jumlah wisatawan menginap setiap tahunnya yang cukup banyak, ketersediaan akomodasi yang memadai sangatlah penting. Dapat kita lihat dari Tabel 1.2 di atas, sebagai salah satu kota yang sudah dijangkau oleh Airbnb, Kota Bandung memiliki jumlah properti yang bisa dikatakan cukup banyak. Jenis akomodasi yang mendominasi adalah apartemen dengan jumlah 190 properti. Sama halnya dengan Traveloka, Booking.com, dan sebagainya, Airbnb juga menerapkan sistem *rating* bagi setiap properti. Rata-rata *rating* yang diberikan oleh tamu pada properti di Kota Bandung sebesar 4,7 dengan jumlah ulasan lebih dari 20.000 ulasan. Hal lainnya yang menarik dari Airbnb adalah hubungan antara tamu dan *host*. Kini di Kota Bandung, terdapat 264 properti yang terdaftar di Airbnb dengan label *SuperHost* atau *HosTeladan* yang diberikan oleh Airbnb. *HosTeladan* adalah tuan rumah berpengalaman dan berpenilaian tinggi yang berkomitmen dalam menyediakan

penginapan luar biasa bagi tamu (Airbnb, 2019). Hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu nilai tambah bagi calon tamu, sebagai tambahan penilaian dan gambaran pelayanan yang akan diterima. Dari beberapa *review* di situs Airbnb pada Tabel 1.3, tidak jarang beberapa tamu mengungkapkan akan kembali untuk menginap lagi karena kepuasannya akan pengalaman menginap melalui Airbnb. Selain itu, beberapa pelanggan yang menginap melalui Airbnb mengungkapkan, mendapatkan pengalaman menginap yang berbeda dari hotel, mereka merasakan pelayanan yang hangat seperti berada di rumah sendiri.

Tabel 1. 3 Ulasan Pengguna Airbnb Kota Bandung

Nama	Ulasan
Dian	“Villa okey dgn harga bersahabat... View bagus, kebersihannya okey, Fast Respon dan sangat ramah. Fasilitas yg tersedia berfungsi dgn baik, sangat cocok untuk acara keluarga besar”
Asmi	“pengalaman pertama menginap di apartemen. ternyata fasilitas dan respon hostnya baik banget. Rekomended bgt buat liburan bawa keluarga.aksesnya mudah, keamanannya top bgt. Next time menginap lagi dsinii...”
Ruth	“Ninit sangat respondif, berkomunikasi dengannya mudah sekali. Rumah bersih, rapih dan stylish (Instagramable). Cuaca Lembang sejuk banget walau tanpa AC di kamar. Saya dan teman-teman sangat senang dengan kunjungan kami ini. Terima kasih Casa Lembang!”
Putera	“Tempatnya sangat oke banget. Pas untuk keluarga dan teman2. Bersih, modern, letaknya mudah dijangkau.”
Fifi Rania	“Recommended banget.. Great value dan ownernya ramah sekali.. harus coba stay disini untuk yang lagi cari tmpt stay d bandung!”
Ernin	“Selain pelayanan ramah dan respon yg cepat dr sang pemilik apartemen. kalian jg disuguhkan dng fasilitas apartemen yg cukup lengkap dan bersih. Suasana yg cozy dan homey bikin betah.”
Afriani	“Nice place to stay & so hommie. Thankyou the ninit for free pizza next time semoga bisa menginap disini lagi”

Septilia	“Komunikasi sangat baik dan petunjuk yang diberikan sangat jelas. Lokasi sangat strategis, parker mudah, ruangan bersih dan semua disediakan dengan baik. Akan kembali ke tempat ini jika rencana ke bandung.”
----------	--

Sumber: <https://www.airbnb.co.id/s/Bandung--Indonesia/>

Kehadiran Airbnb telah memberi tekanan pada industri penginapan yang beroperasi di lingkungan yang sangat kompetitif dan dinamis (Yang, Jou, & Cheng, 2009). Tekanan kompetitif yang ditambah dengan adanya permintaan pariwisata yang fluktuatif telah mendorong para manajer hotel dalam merancang sebuah metode untuk mengalahkan pesaing. Adanya sedikit perbedaan dalam produk dan layanan hotel membuat Airbnb dapat bersaing melalui diferensiasi harga atau mengembangkan loyalitas pelanggan dengan memberikan manfaat unik kepada pelanggan (Kandampully & Suhartanto, 2000).

Pentingnya loyalitas pelanggan terhadap kesuksesan dari sebuah bisnis tidak dapat di bantah lagi. Kepuasan pelanggan adalah masalah utama bagi setiap perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan dan dengan demikian menciptakan kinerja bisnis yang lebih baik. Pelanggan yang loyal akan mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas produknya (Lovelock & Wirtz, 2011). Selain itu, dengan adanya loyalitas pelanggan akan berpengaruh pada berkurangnya serangan kompetitor dari perusahaan sejenis. Bowen dan Shoemaker (1998), mengemukakan bahwa sikap yang loyal mengarah pada kemungkinan untuk membeli kembali produk atau jasa, kesediaan untuk berperilaku sebagai mitra bagi organisasi misalnya, menghabiskan lebih banyak waktu di properti, dan memberi tahu manajemen ketika masalah terjadi.

Namun, masih ada perdebatan tentang hubungan antara kepuasan, dan loyalitas (Berezina, V, Kalinkina, & Sharov, 2012). Penulis menemukan adanya beberapa penelitian yang membuktikan tidak adanya hubungan yang linear mengenai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Bowen & Chen, 2001). Dalam penelitian yang sama, Bowen (2001) menjabarkan pendapatnya bahwa manajer harus menyadari bahwa memiliki pelanggan yang puas tidak cukup baik,

mereka harus memiliki pelanggan yang sangat puas. Bahkan ketika kualitas layanan yang tinggi diberikan dan pelanggan puas, itu tidak berarti bahwa pelanggan ini akan kembali (Reid & Bojanic, 2009).

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Airbnb Kota Bandung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah penulis jabarkan, maka penulis merumuskan suatu rumusan masalah penelitian yang dijabarkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan Airbnb Kota Bandung?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan Airbnb Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis bagaimana loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam disiplin ilmu perhotelan dan memperluas literatur tentang akomodasi terutama Airbnb. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat

menjadi referensi pembelajaran bagi mahasiswa-mahasiswa di program studi terkait.

2. Bagi Industri

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak terkait dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan menghasilkan pelanggan-pelanggan yang loyal untuk dapat tetap bertahan di tengah persaingan sengit di dunia penyediaan akomodasi. Penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan penting kepada praktisi *sharing economy* Airbnb untuk pemasaran dan pengelolaan yang lebih baik.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana penulis dalam menerapkan ilmu yang telah penulis peroleh di bangku perkuliahan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan penulis dalam dunia hospitaliti dan mempertajam pola pikir kristis penulis.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun sebagai tahap penyusunan skripsi yang merujuk pada sistematika penulisan skripsi yang tercantum dalam buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika penulisan yang digunakan:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai penjabaran latar belakang masalah, tempat penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Berisi teori-teori para ahli yang mendukung penelitian dan kerangka pemikiran.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti lokasi, populasi, sampel, operasional variabel, definisi operasional, instrumen penelitian, dan teknik pengumpulan data.

4. BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Menjabarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V : SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Menjabarkan hasil dari pembahasan dan rekomendasi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar sumber yang mendukung dalam penulisan skripsi