

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung adalah Ibu Kota Jawa Barat, dan salah satu kota di Indonesia yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal tersebut disebabkan oleh potensi wisata di kota Bandung yang terbilang cukup tinggi. Seperti yang telah di kaji oleh PP2Par ITB yang menghasilkan 14 *cluster* pariwisata yang potensial di kota Bandung, yang terlihat dalam tabel berikut.

Tabel 1.1
14 Cluster Pariwisata Potensial di Kota Bandung

No.	Jenis wisata	Kawasan
1	wisata belanja dan kesehatan	Sukajadi, Sarijadi, Setrasari, Pasteur
2	wisata seni budaya tradisional dan industri kerajinan	Padasuka , Suci
3	wisata budaya dan heritage	Braga, Asia Arika, Cikapundung
4	wisata industri tekstil	Cigondewah
5	wisata seni budaya tradisional dan MICE	Bandung Timur
6	wisata rohani dan wisata belanja	Geger Kalong, Setiabudhi
7	wisata hiburan, belanja, dan geowisata	Alun-Alun, Sudirman, Otista, Gardujati, Pasirkaliki
8	wisata rekreasi alam, budaya, dan kerajinan	Dago utara, Punclut
9	wisata heritage, pendidikan, rekreasi alam dan buatan, wisata konvensi, dan religi	Gedung Sate, Gasibu, Sabuga
10	wisata kuliner, heritage, pendidikan, hiburan dan rekreasi, dan Geowisata	Ir. H. Juanda, Merdeka, Riau,
11	wisata heritage, belanja dan kuliner, industri rajutan	Gatot Subroto, Binongjati,
12	wisata belanja dan industri kerajinan	Cibaduyut
13	wisata kuliner	Burangrang
14	wisata belanja	Cihampelas

Sumber : Dokumen PP2Par ITB

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

Empat belas *cluster* pariwisata yang potensial inilah yang menjadikan Kota Bandung dikunjungi para wisatawan setiap tahunnya. Jumlah wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara yang datang ke kota Bandung berkembang setiap tahunnya. Pertumbuhan kunjungan wisatawan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata di Kota Bandung Tahun 2007-2011

WISATAWAN	TAHUN				
	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Domestik:</i>	2.420.105	4.230.134	4.822.532	4.230.134	6.487.239
<i>MANCANEGERA:</i>	137.268	175.111	185.076	175.111	225.585
JUMLAH	2.557.373	4.495.745	5.007.608	4.495.745	6.712.824

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung (2011)

Kota Bandung, yang dekat dengan wilayah Kota Jakarta, dinilai sebagai kota tujuan yang membuka peluang besar bisnis MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) di Indonesia. Dengan segala daya tariknya, Bandung menjadi tujuan MICE yang distimulasi oleh kegiatan pemerintah, perusahaan dan berbagai asosiasi di Indonesia seperti perusahaan minyak dan gas, farmasi, kementerian, perusahaan swasta besar dan lainnya. Faktor pendorong tumbuhnya bisnis MICE di Bandung ditopang baiknya perekonomian di Jabar yang meningkat 5,5% serta populernya Kota Bandung dengan berbagai pengalaman atau peristiwa, dan ketersediaan fasilitas yang menjanjikan. Berkisar 250 hotel di Bandung dianggap memadai dengan presentasi 60% - 70% memiliki fasilitas

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

MICE. (Ria Indhryani dalam “BISNIS MICE: Kota Bandung Punya Potensi Besar” dalam *bisnis.com* (10 April 2013, 21:11 WIB)).

Para pelaku bisnis khususnya bisnis properti atau akomodasi yang melihat potensi wisata di kota Bandung, yang bekerja sama dengan pemerintah kota Bandung, sampai dengan tahun 2014 ini telah terbangun sekitar 220 usaha jasa penginapan untuk menunjang potensi – potensi tersebut. Hotel – hotel itu tersebar di seluruh kawasan di kota Bandung. Sebaran hotel – hotel bintang 3 sampai 5 di kawasan kota Bandung meliputi, Sukajadi 39 hotel, Cibadak 30 hotel, Cihampelas 21 hotel, Dago 19 hotel, Coblong 13 hotel, Setiabudi 11 hotel, Bandung Wetan 10 hotel, Hegarmanah 10 hotel, Lengkong 10 hotel, Sumurbandung 10 hotel, Astana Anyar 8 hotel, Ciroyom 8 hotel, Pasirkaliki 8 hotel, Ciumbuleuit 7 hotel, Bojongloa Kaler 4 hotel, Babakan Ciparay 3 hotel, Geger Kalong 3 hotel, Kiaracondong 3 hotel, Pasteur 3 hotel, Regol 3 hotel, Bandung Kidul 1 hotel, Batununggal 1 hotel, Sukaluyu 1 hotel. (*booking.com* (7 September 2014)). Dari data tersebut, dapat diartikan bahwa usaha jasa dalam bidang perhotelan berkembang pesat di kota Bandung, dengan tujuan untuk menunjang potensi wisata yang ada di kota Bandung.

Dari potensi usaha jasa perhotelan di kota Bandung, KAGUM Group, sebuah manajemen yang mengelola bisnis industri perhotelan yang dimana saat ini sudah memiliki 26 (dua puluh enam) hotel dibawah Manajemen KAGUM Hotel yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. 12 (dua belas) hotel diantaranya terletak di Kota Bandung Jawa Barat. Salah satu hotelnya adalah Golden Flower Hotel Bandung yang didirikan pada 1 July 2009. Golden Flower Hotel di konversi menjadi sebuah *Business Hotel* Bintang 4 yang terletak di jalan Asia Afrika no. 15-17 Bandung. Segmentasi hotel ini mengarah kepada MICE (*Meeting Incentive Convergence Exhibition*).

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

Untuk menunjang kegiatan MICE di Golden Flower Hotel Bandung, hotel ini menawarkan fasilitas sekitar 22 *meeting room*, 193 kamar, *SPA & Fitness Center*, *Swimming Pool*, dan fasilitas penunjang lainnya

Tabel 1.3

Rincian Venue, Kapasitas dan Set up di Golden Flower Hotel Bandung

No	Venue	Dimensi (m)	Standing	Theater	Class Room	Round Table	Double Ushape	Ushape
1	Ballroom	27,5 x 20,2	800	500	300	250	125	45
2	Tulip	21,7 x 9,7	150	150	90	100	60	42
3	Tulip 1	9,7 x 8	-	40	30	30	-	18
4	Tulip 2	9,7 x 6,8	-	40	30	20	-	18
5	Tulip 3	9,7 x 6,7	-	40	30	20	-	18
6	Heliconia	7,3 x 6	-	20	10	10	-	10
7	Orchid	14,2 x 7,4	-	50	30	50	40	27
8	Peony	14,3 x 6,3	-	50	30	30	-	34
9	Aster	25,5 x 5,4	100	80	50	60	-	45
10	Aster 1	11 x 5,4	-	30	15	20	-	15
11	Aster 2	7,3 x 5,4	-	30	15	20	-	12
12	Aster 3	7 x 5,4	-	30	28	20	-	15
13	Gerbera	14,3 x 7,4	-	70	54	60	50	30
14	Gerbera 1	8,6 x 7,4	-	50	24	40	27	18
15	Gerbera 2	7,4 x 5,6	-	16	10	20	10	9
16	Acacia	12 x 7,7	-	50	30	50	40	27

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

17	Anthurium	12 x 6,3	-	50	30	30	-	34
18	Lily	7 x 5	-	30	12	-	-	9
19	Mentha	7,4 x 4,5	-	30	20	20	-	15
20	Nigella	7,4 x 4,5	-	20	12	20	-	15
21	Zinea	7,4 x 4,5	-	20	12	20	-	15
22	Protea	7,4 x 4,5	-	20	12	20	-	15

Sumber : Sales kit Golden Flower Hotel Bandung

Melihat dari data tersebut, Golden Flower Hotel Bandung menyediakan *meeting room* mulai dari yang berkapasitas kecil sampai dengan *meeting room* berkapasitas besar. Hal ini menegaskan bahwa Golden Flower Hotel Bandung berkonsentrasi kedalam bidang MICE. Tingkat kunjungan dalam pemakaian *meeting room* nya pun terbilang cukup tinggi dan konsisten walaupun banyak hotel – hotel lain di kota Bandung yang berorientasi kepada MICE.

Tabel 1.4

Total Actual Banquet Revenue 2013 – 2014

	2013	2014
Jan	Rp2.428.703.000	Rp1.586.002.000
Feb	Rp2.929.530.000	Rp1.691.770.000
Mar	Rp2.616.490.000	Rp2.867.570.000
Apr	Rp3.428.090.500	Rp2.817.835.000
Mei	Rp3.655.687.500	Rp3.616.657.600
Jun	Rp3.560.040.000	Rp2.526.172.000
Jul	Rp2.610.977.000	Rp1.414.635.000

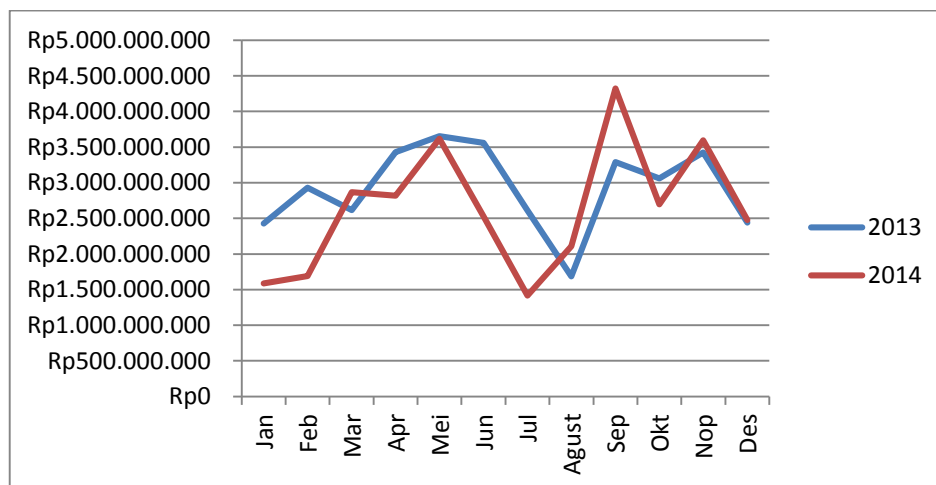
GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

Agust	Rp1.686.307.700	Rp2.108.545.000
Sep	Rp3.289.845.000	Rp4.322.383.000
Okt	Rp3.062.555.000	Rp2.697.176.000
Nop	Rp3.424.135.000	Rp3.595.388.000
Des	Rp2.441.160.000	Rp2.476.481.200

Sumber : Dokumen Golden Flower Hotel Bandung

Gambar 1.1

Actual Banquet Revenue 2013 – 2014



Sumber : Dokumen Golden Flower Hotel Bandung

Berdasarkan data *actual banquet revenue* yang penulis peroleh sampai dengan bulan November 2014 seperti yang tercantum pada tabel 1.4 total *actual banquet revenue*, penulis menerjemahkan data - data tersebut menjadi sebuah grafik seperti pada diagram 1.1 di atas. Terlihat penurunan terjadi pada sekitar bulan Juli dan Agustus, yang dimana *Ramadhan* jatuh pada bulan Juli dan Agustus di tahun 2013 dan 2014. Fakta ini menandakan bahwa penjualan paket maupun ruang *meeting* di Golden Flower tidak terlalu potensial di bulan

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

Ramadhan jika pembandingnya adalah *revenue* pada bulan – bulan lain selain bulan *Ramadhan*. Terlepas dari bulan *Ramadhan*, *revenue* paling rendah ada pada bulan Desember untuk tahun 2013 dengan *revenue* sebesar Rp 2.441.160.000, dan pada tahun 2014 *revenue* terendahnya ada pada bulan Januari dengan *revenue* sebesar Rp 1.586.002.000. Sedangkan *revenue* tertinggi di tahun 2013 ada pada bulan Mei dengan total *revenue* sebesar Rp 3.655.687.500, dan di tahun 2014 *revenue* tertinggi ada pada bulan September dengan total *revenue* sebesar Rp 4.322.383.000. Secara keseluruhan, pada tahun 2013 dan 2014 *revenue* paling rendah ada pada bulan Juli tahun 2014 dengan *revenue* sebesar Rp 1.414.635.000, dan *revenue* paling tinggi ada pada bulan September 2014 dengan *revenue* sebesar Rp 4.322.383.000.

Berdasarkan data jumlah pengguna *meeting room* bulan November tahun 2014 yang penulis lampirkan, sebagian besar pengguna *meeting room* di Golden Flower Hotel Bandung adalah perusahaan, lembaga, organisasi baik swasta maupun aparat kenegaraan yang tengah melakukan pertemuan untuk kepentingan perusahaan, lembaga atau organisasinya itu sendiri.

Tabel 1.5
Jumlah Penggunaan *Meeting Room* 2013 - 2014

	2013	2014
jan	147	89
feb	218	142
mar	230	216
apr	233	235
mei	285	173
jun	297	251
jul	151	76
agust	143	172

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

sep	293	211
okt	264	206
nop	250	262
des	290	148

Sumber : Dokumen Golden Flower Hotel Bandung

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna *meeting room* setiap bulanya dalam tahun 2013 – 2014 rata – rata nya mencapai 200 penggunaan per bulan. Di tahun 2013, penggunaan paling kecil ada pada bulan Januari dengan 147 penggunaan, paling tinggi ada pada bulan Juni dengan 297 penggunaan. Sedangkan pada tahun 2014, penggunaan paling kecil ada pada bulan Juli dengan jumlah penggunaan sebesar 76, dan penggunaan paling tinggi ada pada bulan Nopember dengan jumlah penggunaan sebesar 262. Seperti yang telah penulis paparkan sebelumnya, Golden Flower Hotel Bandung memiliki 22 *meeting room*. Dengan kata lain, Golden Flower Hotel Bandung mampu menampung 22 penggunaan *meeting room* dalam waktu 1 hari, dan dalam waktu 1 bulan Golden Flower Hotel Bandung dapat menampung 660 penggunaan *meeting room*. Dalam tahun 2013 jumlah penggunaanya mencapai 2801 (35.4%) dan di tahun 2014 jumlah penggunaanya mencapai 2033 (25.7%).

Disisi lain, Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KEMENPAN RB), mengeluarkan surat edaran (SE) nomor 10/2011 tentang Peningkatan Efektivitas dan Efisiensi Kerja, SE nomor 11/2014 tentang Pembatasan Kegiatan Pertemuan/Rapat di Luar Kantor, dan SE nomor 13/2014 tentang Gerakan Hidup Sederhana, yang berisikan tentang larangan bagi seluruh jajaran aparatur sipil negara melakukan kegiatan penyelenggaraan pemerintahan di luar instansi pemerintahan, kebijakan ini berlaku mulai 1 Desember 2014

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

Seperti yang telah dijelaskan oleh penulis, bahwa penggunaan meeting Room di Hotel Golden Flower merupakan andalan dalam mendapatkan keuntungan, tetapi dengan surat edaran (SE) tersebut dapat mengancam segmentasi pasar khususnya untuk penjualan *meeting room* yang didominasi oleh pihak-pihak aparatur negara, yang dibatasi oleh aturan yang tercantum dalam surat edaran tersebut. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi pihak Hotel Golden Flower untuk menemukan strategi dalam mempertahankan atau bahkan meningkatkan pelayanan agar konsumen untuk penggunaan *meeting room* tetap diminati agar bisa bertahan dalam persaingan khususnya di Kota Bandung.

Dapat disimpulkan bahwa dari banyak sekali hotel di kota Bandung yang berorientasi pada bidang MICE, Golden Flower Hotel Bandung tetap memiliki jumlah pengguna Meeting Room yang terbilang cukup stabil. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Meeting Room* di Golden Flower Hotel Bandung.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah penulis paparkan sebelumnya, rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan *meeting room* di Golden Flower Hotel Bandung ?
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan *meeting room* ?
3. Bagaimana upaya yang harus dilakukan oleh Golden Flower Hotel Bandung untuk meningkatkan penggunaan *meeting room* ?

C. Tujuan Penelitian

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

1. Mengidentifikasi faktor apa saja yang secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan *meeting room* di Golden Flower Hotel Bandung.
2. Mengidentifikasi faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan *meeting room* di Golden Flower Hote Bandung.
3. Menganalisis upaya yang harus dilakukan oleh Golden Flower Hotel Bandung untuk meningkatkan penggunaan *meeting room*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi jenjang pendidikan Sarjana di Universitas Pendidikan Indonesia dengan program pendidikan Manajemen Resort & Leisure. Selain itu penelitian ini pun diharapkan dapat menambah wawasan dan kajian ilmu yang lebih luas, khususnya dalam kajian analisis kualitas *meeting room* terhadap keputusan berkunjung.
2. Bagi pengelola Golden Flower Hotel Bandung, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan khususnya dalam upaya mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan terhadap kualitas *meeting room* di Golden Flower Hotel Bandung.
3. Bagi civitas akademika, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian ilmu yang lebih luas khususnya mengenai kajian analisis kualitas *meeting room* terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

E. Sistematika Penulisan

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG

Penyusunan skripsi mahasiswa Manajemen Resort & Leisure menginduk kepada Pedoman Penulisa Karya ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika penulisan yang digunakan:

1. Bab I. Pendahuluan

Pendahuluan merupakan bagian awal dari skripsi yang berisi: Latar belakang masalah dan analisis masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian secara garis besar beserta teknik pengumpulan data dan pendekatannya, lokasi dan sampel penelitian.

2. Bab II. Kajian Pustaka,

Kajian pustaka mempunyai peran yang sangat penting berfungsi sebagai landasan teori dalam analisis temuan.

3. Bab III. Metode Penelitian

Uraian dalam Bab III merupakan penjabaran lebih rinci tentang metode penelitian yang secara garis besar telah disajikan pada Bab I. Pada Bab III penulis menggunakan metode deskriptif.

4. Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab IV memuat dua hal utama, yaitu pengolahan atau analisis data dan pembahasan atau analisis temuan.

5. Bab V. Kesimpulan dan Implikasi

Dalam Bab V disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian.

6. Daftar Pustaka

Berisi sumber-sumber data yang ada dalam penelitian.

GIAN DWI AFRIANDI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN *MEETING ROOM* DI GOLDEN FLOWER HOTEL
BANDUNG