

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung merupakan kota dengan jumlah hotel dan akomodasi terbanyak di Jawa Barat selama tahun 2009 hingga tahun 2013. Melansir dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat jumlah hotel dan akomodasi Kota Bandung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2009 berjumlah 262, pada tahun 2010 bertambah 5 buah akomodasi dan hotel sehingga jumlahnya adalah 267, pada tahun 2011 menjadi 289, tahun 2012 menjadi 301, dan pada tahun 2013 jumlah hotel dan akomodasi di Kota Bandung paling banyak bertambah dari tahun-tahun sebelumnya yaitu menjadi 328.

Terdapat banyak sekali pilihan penginapan yang ada di Kota Bandung seperti hotel budget, hotel butik, hotel bintang 4, hotel bintang 5, resort, hostel, motel dan lainnya sebagainya. Dalam pembagian segmen kelas layanan yang disesuaikan pada kebutuhan pelanggan hotel masa kini, maka pelaku usaha di industri ini juga melakukan penyesuaian. Segmen hotel layanan mewah dan hotel layanan kelas atas relatif pertumbuhan jumlahnya tidak terlalu banyak, sejalan dengan pertumbuhan orang kaya dunia yang relatif tidak terlalu besar kecuali di negara Cina. Berbeda dengan golongan kelas menengah Asia yang mengalami pertumbuhan yang tinggi, ini pun dimotori oleh Cina sebanyak 25 juta kelas menengah baru tumbuh setiap tahun sedangkan Indonesia diprediksi akan memiliki 60 juta kelas menengah total populasi penduduknya dalam waktu yang tidak terlalu lama (Jayawardena et al., 2013). Pembangunan hotel Budget menjadi prioritas banyak negara karena biaya pembangunan fisiknya hanya 20% hingga 25% dari biaya hotel mewah (Reportlinker, 2014).

Di Indonesia hotel budget dan hotel menengah dapat ikut bersaing dengan hotel berbintang karena maraknya tren *online travel* serta kehadiran teknologi yang dapat membantu transformasi hotel-hotel tersebut, selain itu hotel budget memiliki nilai kompetitif dari segi harga, kualitas, dan lokasi yang disukai oleh para *backpacker* maupun keluarga (Setyaningrum, 2019). Hal ini diperkuat dengan laporan Google year in Search Indonesia 2019 yang menyebutkan bahwa

Refi Nur Pratiwi, 2021

ANALISIS HUBUNGAN DEMOGRAFIS DENGAN MOTIVASI DAN PERILAKU KOMPLAIN TAMU HOTEL BUDGET DI KOTA BANDUNG

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

pencarian dengan kata kunci “Hotel Budget” meningkat 1,6 kali lebih banyak dari tahun sebelumnya, bahkan Meta Rostiawati, Head of PR & Communications Indonesia, OYO Hotels and Homes mengatakan “kami melihat bahwa fenomena hotel budget telah menjadi tren bagi wisatawan saat ini, terutama di kalangan milenial. Dalam hal traveling, saat ini banyak dari wisatawan yang sangat mempertimbangkan sisi harga dan cenderung lebih mementingkan unsur pengalaman, seperti aktivitas budaya, destinasi pariwisata, hingga pengalaman ketika menginap di destinasi pariwisata. Sehingga, akomodasi dengan harga terjangkau, berkualitas, dan dekat dengan destinasi menjadi yang paling dicari oleh wisatawan saat ini (Rossa, 2019).

Tabel 1.1 Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi Hotel Bintang dan Non Bintang di Kota Bandung Tahun 2016

Klasifikasi	Jumlah	Kamar
Hotel Bintang 5	9	1.870
Hotel Bintang 4	32	3.651
Hotel Bintang 3	42	3.507
Hotel Bintang 2	25	1.500
Hotel Bintang 1	10	382
Non Bintang	218	6.041

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016

Dapat di lihat dalam tabel 1.1 bahwa Kota Bandung memiliki jumlah hotel budget lebih banyak dibandingkan dengan hotel *upscale*. Hal ini ditandai dengan jumlah hotel budget di Kota Bandung sebanyak 295 sedangkan hotel *upscale* sebanyak 41. Selain itu, jumlah kamar hotel budget dua kali lipat lebih banyak daripada hotel *upscale* dengan jumlah 11.430. Maka dari itu, hotel budget memerlukan banyak tamu karena jumlah kamar yang juga sangat banyak. Tetapi cukup banyak ditemukan komentar-komentar buruk pada kolom komentar hotel-hotel budget di Kota Bandung. Padahal hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan menginap tamu di masa mendatang. Hal tersebut merupakan salah satu tindakan yang dilakukan oleh tamu yang tidak puas terhadap fasilitas maupun pelayanan yang diberikan oleh hotel budget tersebut, yaitu *Negative Word of*

Mouth. Negative Word of Mouth, merupakan salah satu Tindakan yang dilakukan oleh tamu komplain dengan cara menceritakan kekecewaannya kepada tamu lain dan orang-orang disekitarnya, tetapi dengan berkembangnya teknologi kegiatan tersebut bisa dilakukan melalui internet dan media sosial, padahal penyebaran melalui media elektronik dapat menyebar dengan cepat dan luas dan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan menginap tamu (Pourbedin and mirgin, 2015).

Berdasarkan ulasan yang dilansir dari tripadvisor.com terdapat beberapa tamu yang memberikan ulasan untuk mengutarakan ketidak puasaannya terhadap produk ataupun pelayanan yang diberikan oleh hotel budget Kota Bandung, ulasan-ulasan tersebut dipaparkan berdasarkan pengalaman tamu Ketika menginap di hotel budget Kota Bandung dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Berikut beberapa ulasan yang dipaparkan oleh tamu-tamu yang pernah menginap di hotel budget Kota Bandung “*We choose this hotel because its opposite cihampelas walk. We had a booking for 2 nights but stayed only one night becuae our room was very dirty and the smell was awful, we couldnt sleep the whole night and the staff didnt do anything. We couldnt leave becuae we came late in the evening. Next day we moved to Amaris Setiabudhi which was 50% cheaper, cleaner etc. See my review. Wifi was very poor. Hotel need a complete renovation, it is not like you on the pictures. I have pictures from our room but I wont publish them, becuae it will harm the hotel. It was our own choice to stay there based on reviews also on Tripadvisor. Hope this review will help you*” yang dibagikan oleh Trisno4u dalam kolom komentar Hotel Serela Cihampelas Kota Bandung pada Oktober 2019, selain itu akun bernama Matt menuliskan pada Maret 2020 “*Take care if you book this hotel. I booked it for 5 nights and the final price was in IDR. They charged me (before arrival) finally in USD at their own very lousy exchange rate (about 10% less than the exchange at the stock market). Even they did not have any right to debit my card. The hotel is not replying on e-mail regarding this case and also before if I tried to contact them twice regarding a room inquiry there was no reply from them. Avoid Ibis styles Braga at all. I can not recommend at all. Will need to file a case soon at my credit card company. I cancelled in the end but no reply or refund so far*” pada kolom komentar Hotel Ibis Style Braga.

Refi Nur Pratiwi, 2021

ANALISIS HUBUNGAN DEMOGRAFIS DENGAN MOTIVASI DAN PERILAKU KOMPLAIN TAMU HOTEL BUDGET DI KOTA BANDUNG

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

Berdasarkan ulasan-ulasan tersebut dapat dilihat bahwa tamu yang kecewa dengan produk ataupun pelayanan di hotel-hotel tersebut cenderung memperingati dan menyarankan calon tamu yang akan menginap di hotel tersebut untuk berpikir Kembali jika ingin menginap di hotel-hotel tersebut.

Menurut survei yang dilakukan oleh Mozilla pada Desember 2019 untuk mengamati tren wisata millennial Indonesia. Survey tersebut dilakukan pada 501 responden berusia 18 hingga 32 tahun di area Jabodetabek, hasil dari survey tersebut menunjukkan peran penting media sosial bagi kebutuhan wisata pengguna, mayoritas responden cenderung membagikan pengalaman wisatanya di media sosial, berdasarkan survey tersebut juga menunjukkan 47 persen responden sering membagikan informasi wisata dengan orang lain melalui media sosial maupun aplikasi *chatting*, sedangkan hanya 18 persen yang membagikan pengalamannya melalui tatap muka. Selain itu media sosial merupakan sumber referensi penting ketika akan melakukan perjalanan wisata, 72 persen responden mengatakan bahwa mereka mengumpulkan informasi wisata melalui Instagram, Youtube, dan facebook. Berdasarkan survey tersebut maka dapat dikatakan bahwa Ketika melakukan komplain, tamu Millennial cenderung membagikannya di media sosial ataupun menceritakannya langsung kepada teman atau keluarga dan tamu. Millennial cenderung mencari informasi perjalanan wisata mereka melalui media sosial, tetapi selain faktor usia, faktor demografis lainnya seperti Pendidikan, jenis kelamin dan pendapatan juga sangat mempengaruhi pola komplain seperti dalam penelitian (Heung & Lam, 2003) mengatakan bahwa wanita berusia muda dan berpendidikan tinggi cenderung untuk melakukan komplain. Tamu dengan tipe demografis seperti itu memerlukan perhatian yang lebih dari pihak hotel dan harus ditangani dengan hati-hati dan tepat untuk menghindari komplain yang bisa mereka lakukan.

Dengan penjelasan tersebut, maka dapat disadari bahwa komplain tamu merupakan hal yang harus diperhatikan, begitu juga cara bagaimana kita menangani komplain tersebut. (Varela-Neira et al., 2010) mengatakan bahwa kepuasan tamu bisa didapat bila ekspektasi tamu sesuai dengan produk atau jasa yang di dapatkan, hal itu menjadi kepentingan vital untuk meningkatkan keputusan tamu untuk menginap dimana kepuasan tamu berkaitan erat dengan

komplain tamu. Maka dari itu, komplain yang diterima oleh perusahaan dapat ditangani secara professional dan di evaluasi Kembali agar dapat berimplikasi kepada tamu agar tamu berkeinginan untuk menginap Kembali seperti yang dikemukakan oleh (Heung & Lam, 2003) bahwa komplain konsumen justru dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk bisa membenahi kesalahan yang dihadapi selama memberikan fasilitas dan pelayanan.

Melalui paparan diatas penulis merasa perlu untuk menganalisis motivasi dan tipe perilaku komplain tamu di hotel budget berdasarkan segmentasi demografis mereka agar pihak perusahaan dapat mengetahui Langkah yang harus diambil dalam menangani kasus komplain di masa yang akan datang. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS HUBUNGAN MOTIVASI DAN TIPE PERILAKU KOMPLAIN BERDASARKAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS TAMU HOTEL BUDGET KOTA BANDUNG”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana motivasi komplain tamu dalam melakukan komplain terhadap hotel-hotel budget di Kota Bandung ?
2. Bagaimana tipe perilaku komplain tamu dalam melakukan komplain terhadap hotel-hotel budget di Kota Bandung?
3. Bagaimana korelasi antara aspek Demografis (Usia, pendapatan, Pendidikan, jenis kelamin) dengan motivasi komplain tamu pada hotel budget di Kota Bandung?
4. Bagaimana korelasi antara aspek Demografis (Usia, pendapatan, Pendidikan, jenis kelamin) dengan perilaku komplain tamu pada hotel budget di Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Refi Nur Pratiwi, 2021

ANALISIS HUBUNGAN DEMOGRAFIS DENGAN MOTIVASI DAN PERILAKU KOMPLAIN TAMU HOTEL BUDGET DI KOTA BANDUNG

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

1. Untuk mengidentifikasi perilaku komplain tamu dalam melakukan komplain terhadap hotel-hotel budget di Kota Bandung.
2. Untuk mengidentifikasi motivasi komplain tamu dalam melakukan komplain terhadap hotel-hotel budget di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui perbedaan perilaku komplain tamu pada hotel budget di Kota Bandung berdasarkan aspek Demografis (Usia, pendapatan, Pendidikan, jenis kelamin)
4. Untuk mengetahui perbedaan motivasi komplain tamu pada hotel budget di Kota Bandung berdasarkan aspek Demografis (Usia, pendapatan, Pendidikan, jenis kelamin)

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi ilmu pariwisata yang berkaitan dengan motivasi dan tipe perilaku komplain.
- b. Penelitian ini juga diharapkan mampu melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya mengenai motivasi dan tipe perilaku komplain serta memberikan informasi mengenai motivasi dan tipe perilaku komplain.

2. Manfaat Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan hotel Budget di Kota Bandung melalui pemaparan hasil analisis motivasi dan tipe perilaku komplain berdasarkan segmentasi demografis tamu hotel budget di Kota Bandung.