

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan pariwisata yang maju harus didukung oleh semua aspek dan fasilitas penunjang pariwisata lainnya, seperti akomodasi, restoran, agen perjalanan, sarana transportasi, infrastruktur, dan lain-lain yang ditawarkan kepada wisatawan. Pendapat ini sejalan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang membahas bahwa berbagai jenis kegiatan pariwisata didukung oleh fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah kegiatan umum pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengelola dan melayani kebutuhan wisatawan dalam perjalanan wisata (Karyono, 1997).

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang pariwisatanya sudah maju dan berkembang. Kota Bandung merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat sebagai salah satu kota yang menjadi tujuan utama para wisatawan. Perkembangan infrastruktur dan pengembangan tata kota menjadikan Bandung sebagai tujuan wisata favorit para wisatawan. Kota Bandung telah ditetapkan sebagai Kawasan Pariwisata Nasional (KKPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan merupakan bagian dari Destinasi Pariwisata Nasional pada tahun 2011. Kota Bandung menempati posisi 21 tempat tujuan wisata terpopuler/favorit di dunia, berdasarkan kemudahan dan kenyamanan kotanya. Dan kota Bandung dinobatkan sebagai ibu kota Asia-Afrika tahun 2015 oleh delegasi dari Asia-Afrika berdasarkan website CNN Indonesia di Indonesia Travel (Wahyuni, Survei: Bandung Kota Terfavorit Wisatawan Se-ASEAN, 2015). Hal ini menyebabkan wisatawan berbondong-bondong ke Kota Bandung yang menyebabkan peningkatan jumlah kunjungan yang berlangsung setiap tahunnya.

Tabel 1.1 Data Jumlah Wisatawan Kota Bandung Tahun 2012-2014

Tahun	Jumlah Wisatawan
2012	91.015.942
2013	94.968.427
2014	97.818.016

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan **Tabel 1.1** diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya baik wisatawan lokal ataupun wisatawan mancanegara. Pada tahun 2012 jumlah wisatawan 91.015.942 jiwa, pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 94.968.427 jiwa, dan mengalami peningkatan lagi pada tahun 2014 menjadi 97.818.016 jiwa.

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung tersebut menyebabkan terjadinya pertumbuhan hotel yang meningkat pesat. Karena dalam suatu perjalanan wisata akomodasi merupakan faktor penting yang menjadi faktor pendukung perjalanan wisata dengan tujuan untuk tempat tinggal sementara. Akomodasi secara umum adalah penyediaan jasa untuk melengkapi kegiatan pariwisata dalam penyediaan untuk tempat beristirahat yang dilengkapi oleh seperti restoran, hiburan dan fasilitas lainnya yang dikelola secara komersial. Sedangkan menurut KBBI, akomodasi adalah sesuatu yang disediakan untuk keperluan perjalanan seseorang untuk tempat tinggal sementara.

Pada zaman dahulu untuk membangun sebuah akomodasi ada kriteria khusus untuk membangun sebuah penginapan. Seiring perkembangan zaman yang sudah maju ini dan munculnya Otonomi Daerah, kriteria tersebut sudah tidak berlaku lagi sehingga menyebabkan akomodasi di Kota Bandung tidak terkontrol. H.A.W Widjaja (2002) juga berpendapat bahwa daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas daerah tertentu dan berdasarkan peraturan perundang-undangan berhak untuk mengatur sendiri dan mengurus kepentingan masyarakat setempat. Salah satu akomodasi yang banyak dipilih para wisatawan untuk tempat tinggal sementara adalah Hotel. Sesuai keputusan Menteri Pariwisata, Pos, Telekomunikasi no. KM 37 / PW. 340/MPPT-86, Sulastiyono (2011) mengatakan bahwa hotel adalah bangunan atau fasilitas umum

yang dikelola secara komersial yang berfungsi melayani akomodasi wisata untuk tujuan tertentu, seperti suatu perjalanan atau perjalanan bisnis. Menurut keputusan Direktorat Jenderal Pariwisata Tahun 1988 masing-masing hotel dibagi berdasarkan klasifikasi bintang sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung memiliki data jumlah hotel menurut klasifikasi nya dari tahun 2014 dan 2015, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung Tahun 2014-2015

Hotel	2014	2015
Hotel Bintang 1	9	10
Hotel Bintang 2	25	25
Hotel Bintang 3	40	41
Hotel Bintang 4	28	32
Hotel Bintang 5	10	9
Hotel Non Bintang	270	275
Total	382	392

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan **Tabel 1.1** pada tahun 2014 mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 97.818.016 jiwa, yang menyebabkan terjadinya pertumbuhan hotel di Kota Bandung mengalami peningkatan pada tahun 2015. Dan berdasarkan **Tabel 1.2** diatas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2014 jumlah hotel di Kota Bandung adalah 382 hotel, dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 392 hotel.

Oleh karena itu karena banyaknya hotel yang ada mengakibatkan terjadinya persaingan antar hotel dan perkembangan zaman yang semakin maju atau yang biasa dikenal dengan modernisasi saat ini menyebabkan perubahan sosial dalam cara hidup masyarakat, karena kehidupan masyarakat yang dulunya tradisional telah berubah menjadi kehidupan yang modern. Rosana (2015) mengatakan bahwa modernisasi adalah transformasi seseorang dari keadaan yang kurang maju ke keadaan yang lebih maju dengan harapan dapat mewujudkan kehidupan, pembangunan dan kesejahteraan yang lebih baik, yang dapat dilihat dari segi sikap dan perilaku. Industri pariwisata pun harus menyesuaikan apa yang

diinginkan para wisatawan pada kehidupan modern ini, terutama hotel karena sebagai faktor penting dalam perjalanan wisata. Para wisatawan mulai bosan dengan konsep hotel pada umumnya yang disebabkan karena kehidupan modern yang membuat masyarakat tidak mudah puas terhadap sesuatu ini menjadikan motivasi bagi pengelola hotel untuk membangun hotel yang dapat bersaing dengan hotel lainnya, maka munculah Hotel Tematik. Hotel Tematik merupakan istilah untuk hotel yang dibangun dengan menggunakan desain tema yang menjadi keunikan dan karakteristik hotel tersebut, sehingga memunculkan pengalaman baru bagi wisatawan. Konsep tema telah dianggap sebagai faktor penting yang membuat para wisatawan mengingatnya. Seperti yang dinyatakan John Bowen (2002) *themed hotels are growing fast in the hotel industry; because the visitors are not just looking for a place to stay; they look for a hotel where they have a chance to experience interesting things. As Porter stated "A firm differentiates itself 2 from its competitors if it can be unique at something that is valuable to the buyer"* (Porter, 1985). Wisatawan yang memilih hotel tematik untuk tempat tinggal sementara karena lokasinya yang strategis yang berada dipusat kota, juga poin utama nya adalah memiliki desain tema yang unik dibandingkan dengan hotel pada umumnya, dan memiliki ciri khas di tiap ruang hotel dan dikenal sebagai *sense of place*.

Belum ada penelitian yang membahas mengenai perkembangan dan pola positioning mengenai jasa-jasa wisata khususnya hotel tematik, hanya ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan perkembangan hotel tematik yaitu, Nasim Salamet (2016) *Founders or the investors of the hotel industry have been trying to find a way to make their properties different from another. There are different approaches like aligning with major hotel brands or go to boutique route. One is the process with a 'theme' that is a clear idea to base your venture on which drives everything from naming and marketing the hotel, how to conceptualize design, the food you serve and the way that everything come together, therefore it leads the hotel industry to a new concept of the Themed hotels all around the world. With the opening of Disneyland in California in 1955, the Themed park industry was born in North America. This industry is developing in Europe after the opening of Disneyland in Paris on April 1992 and new theme*

parks have been opened since 1995 in Spain, Germany and United Kingdoms. However the first themed hotel has been built in 1950 in Las Vegas. This hotel was built with attention to attract people to a place which is in the middle of dessert without any natural or historical elements.

Berdasarkan penelitian diatas tidak membahas mengenai bagaimana perkembangan hotel tematik di Indonesia khususnya Kota Bandung. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian mengenai perkembangan dan pola positioning hotel tematik di Kota Bandung serta apa yang mempengaruhinya. Fenomena itulah yang menjadi landasan utama bagi penulis untuk mengidentifikasi bagaimana perkembangan Hotel Tematik di Kota Bandung dengan mengetahui elemen dan fenomena yang mempengaruhi, faktor pengaruh dan bagaimana pola positioning Hotel Tematik di Kota Bandung secara terperinci dan terstruktur. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Perkembangan dan Pola Positioning Hotel Tematik di Kota Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan batasan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana perkembangan Hotel Tematik di Kota Bandung?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan Hotel Tematik di Kota Bandung?
3. Bagaimana positioning Hotel Tematik di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka terdapat tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi perkembangan Hotel Tematik di Kota Bandung dari periode pra hotel tematik, periode pra digital, dan periode digital.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi munculnya Hotel Tematik di Kota Bandung.
3. Untuk mengidentifikasi bagaimana pola positioning Hotel Tematik di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

- a.** Manfaat bagi penulis dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:
 1. Penelitian ini untuk memperluas wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang Hotel Tematik.
 2. Penelitian ini sebagai pengetahuan baru bagi penulis dalam bidang pariwisata khususnya perhotelan yang di dapatkan serta dapat memberikan tambahan ilmu bagi para peneliti selanjutnya.
- b.** Manfaat bagi pembaca dari penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi mengenai perkembangan, elemen dan fenomena apa saja yang terjadi, serta faktor penyebabnya dan pola positioning Hotel Tematik di Kota Bandung.

1.5 Sistematika Penelitian

Skripsi ini disusun agar lebih terstruktur sebagai sebuah karya tulis ilmiah yang mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah terbitan Unverstas Pendidikan Indonesia. Sistematika penelitian ini dibagi sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2. KAJIAN PUSTAKA

Pada kajian pustaka berisi penjelasan teori-teori tentang perhotelan dan hotel tematik oleh para ahli yang mendukung penelitian.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian. Dan juga terdapat penjelasan mengenai lokasi, metode, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB 4. HASL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi penjelasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini berisi penjelasan singkat mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan juga penjelasan rekomendasi yang direkomendasikan oleh penulis.