

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Hotel merupakan salah satu faktor pendukung dari kegiatan pariwisata dan merupakan bentuk penyediaan sarana akomodasi yang memiliki peranan yang sangat penting. Wujud dari alat pendukung dunia pariwisata berupa penyediaan dan pelayanan sejumlah fasilitas, promosi, perencanaan perjalanan, transportasi dan penyediaan daerah tujuan wisata yang menarik dan menyenangkan, termasuk didalamnya fasilitas yang dibutuhkan untuk menginap, istirahat, makan dan minum, serta rekreasi. Kesemuanya itu bentuk sarana akomodasi yang disediakan hotel dan paling lengkap dibandingkan dengan losmen, motel dan lain sebagainya. Persaingan bisnis dalam perhotelan semakin meningkat, karena itu setiap hotel memberikan keunggulan masing-masing. Keadaan ini menjadikan pelanggan semakin dimanjakan, karena pelanggan bisa memilih hotel dengan keinginannya (Hendriyati, 2019).

Bisnis hotel saat ini merupakan peluang bisnis yang menjanjikan di era digital, kebutuhan informasi tentang hotel dengan sangat mudah bisa diakses melalui media teknologi, sehingga para pelaku bisnis dengan mudah menjalankan bisnisnya. Teknologi informasi bisa dijadikan sebagai saran promosi bisnis dalam mempercepat penyebaran informasi kepada calon pelanggan. Salah satunya adalah Sistem Informasi yang berbasis *website*. Saat ini, mayoritas lembaga bisnis atau pelaku bisnis telah memiliki *website* sebagai media informasi mereka (Maita & Adawiyah, 2017).

Perkembangan teknologi juga turut merubah pola pikir dan keinginan tamu dalam memesan kamar hotel. Fenomena ini harus disikapi dengan positif dan mengelolanya dengan baik oleh hotel. *Online travel agent* adalah salah satu produk kemajuan jaman yang sedang booming saat ini, serta merubah peta pemesanan kamar yang dahulunya *direct* atau *go show* beralih

menggunakan *online travel agent*. Jelas ini mengakibatkan tamu yang dahulunya langsung memesan maupun menggunakan handphone melalui reservasi, marketing maupun *front office* beralih menggunakan *online travel agent*. Beberapa contoh *Travel Agent* yang ada di Indonesia yaitu Agoda, Booking.com, Traveloka, Tiket.com, Mister Aladin, MG Holiday, Expedia, Go Indonesia, Pegi pegi, Hoteltrip.com, Klik hotel. Dengan Adanya *Travel agent*. Konsumen atau pelanggan memiliki pilihan hotel yang sangat banyak disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan. Pelanggan bisa langsung memesan kamar hotel melalui *travel agent* atau *event organizer* dalam memenuhi kebutuhannya dengan mudah (Hendriyati, 2019). *Online travel agent* ini masing-masing memiliki fitur penilaian beserta komentar yang bisa diberikan oleh konsumen sebagai bentuk penilaian serta sebagai bentuk tingkat kepuasan dari konsumen.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan aplikasi, sebagian besar pengguna akan membaca ulasan *online* terlebih dahulu sebelum memesan kamar hotel dan menjadikan ulasan tersebut sebagai referensi. Hal ini menunjukkan adanya rasa kepercayaan dari pengguna terhadap hotel yang memiliki banyak ulasan positif. Menurut Hariyadi Sukamdani selaku Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) saat ini industri perhotelan sangat bergantung pada teknologi dan ulasan pengguna di mana hal ini merupakan salah satu cara para konsumen dapat memberikan apresiasi, kebutuhan, dan keinginan mereka langsung kepada pihak hotel. Dari sisi hotel pun mereka dapat terhubung secara langsung dengan para konsumen dan dapat membantu pihak manajemen meningkatkan layanan dan kualitas hotel tersebut (Triwijanarko, 2018).

Tara hotel merupakan sebuah industri jasa internasional yang menggabungkan pesona Indonesia dan sentuhan India yang profesional, gaya yang ramah dan pelayanan dengan tulus. Tara hotel merupakan hotel bintang empat yang terletak di salah satu lokasi ternama di kota Yogyakarta, yaitu di Jalan Raya Magelang 129 Yogyakarta, yang merupakan salah satu area utama komersial, wisata dan distrik pusat kota dimana terdapat berbagai kantor

korporasi, tempat perbelanjaan, budaya dan institusi pemerintahan, bisnis retail dan hiburan. Hotel ini menggabungkan tradisi budaya dan identitas yang tak hanya terlihat dalam desain, namun juga dengan hati. Fasilitas yang ditawarkan hotel ini juga sangat menarik, yaitu *outlet* kuliner, sehingga tamu dapat menghabiskan malam bersama kawan atau kolega di *Delhi Belly* yang ada di *RoofTop*. Terdapat juga sebuah restoran yang beroperasi 24-jam *Sitara Resto* di hotel ini. Hotel ini juga menawarkan *The Fit Lab* sebagai sarana untuk menjaga kebugaran tamu saat berlibur. Serta bagi mereka yang ingin mencari relaksasi total dapat merasakan layanan pijat dari *Aromatic Spa & Sauna*. Cara reservasi hotel ini juga lebih mudah karena dapat di akses melalui *online*.

Dari study pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen yang menginap di Tara Hotel Yogyakarta, dari 20 konsumen yang menggunakan aplikasi Agoda, Booking.com. tiket.com & Traveloka. Diketahui 11 konsumen merasa puas dengan *online guest review* hal ini dianggap menguntungkan karena dapat memudahkan konsumen dalam melakukan reservasi tanpa harus menunggu lama dan 9 konsumen lainnya merasa bahwa *on line guest review* terkadang dapat mengecewakan. Hal ini dikarenakan yang di publikasikan *online* terkadang tidak sesuai dengan kenyataan sehingga menyebabkan konsumen merasa tidak puas, oleh karena itu 9 konsumen lainnya merasa perlu untuk melakukan *check-in* dengan *offline guest review* agar dapat menilai secara langsung suasana di dalam hotel. Sementara terdapat 10 konsumen yang melakukan *check-in* melalui *offline guest review* merasa puas dengan fasilitas serta pelayanan yang diberikan. Berdasarkan data awal diketahui bahwa tamu yang menginap di hotel Tara pada periode Januari sampai dengan Juni 2022 untuk segmentasi tamu *Online* 35% dan tamu *Offline* 65%.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Azulmi et al. (2018) dengan judul pengaruh *online guest review*, fasilitas hotel dan harga *online travel agent* terhadap keputusan menginap di Grand Rocky Hotel Bukittinggi: Kasus Traveloka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online*

*review*, fasilitas hotel dan harga terhadap keputusan menginap di Grand Rocky Hotel Bukittinggi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan ulasan *online*, fasilitas hotel, dan harga memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan menginap. Oleh karena itu, *review online*, fasilitas, dan harga yang kompetitif dijadikan sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan pendapatan hotel dari *Online Travel Agent*.

Penelitian yang dilakukan oleh Vo *et al.* (2021) dengan judul *Online Guest Review : Fokus Luar Biasa pada Kepuasan, Keterlibatan, dan Loyalitas Pengguna Hotel*. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan volume pengguna pada tingkat kepuasan untuk keterlibatan dan loyalitas yang efektif dalam konteks hotel mewah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pelanggan memiliki pengaruh paling signifikan dalam ulasan tamu 'aktivitas *online* terhadap kualitas layanan para pelaku bisnis perhotelan' untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang positif dalam menangani komunikasi *online*.

Sementara penelitian yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2020) dengan judul penanganan *check-in* oleh resepsionis untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi penanganan *check-in* oleh resepsionis dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada hotel bintang 5 yang terletak di kawasan wisata Ubud, Gianyar, Bali, Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan pelaksanaan penanganan *check-in* oleh resepsionis sudah maksimal, namun ada beberapa tahapan dalam proses *check-in* oleh *walk-in guest*. menginformasikan *housekeeping* tentang penambahan *last minute check-in* agar kamar yang disiapkan mendapat nilai 2.5 sudah cukup berlaku, SOP saat *check-in by reservasi* adalah memberikan kunci kamar kepada *bellboy* dan menjelaskan fasilitas yang ada di hotel untuk tamu mendapat nilai 2,5 yang artinya sudah cukup diterapkan dan SOP saat *check-in per grup* adalah menyajikan *welcome drink* untuk rombongan mendapatkan nilai 2,25 yang artinya cukup diterapkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu *et al.* (2022) dengan judul Kepuasan Belanja *Fashion online* dan *Offline* (Studi pada Muslimah Kecamatan Selebar Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan terhadap kepuasan belanja *fashion online* dan *offline* serta untuk membandingkan kepuasan belanja *fashion online* dan *offline*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan terhadap kepuasan belanja *fashion online* dan *offline*. Dari hasil persamaan kualitas produk, harga, biaya dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan belanja *offline*, kualitas pelayanan dan faktor emosional tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan belanja *offline*. Sedangkan dari hasil persamaan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan belanja *fashion online*, faktor emosional, biaya dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap kepuasan belanja *fashion online*. Hasil penelitian ini juga menyebutkan adanya perbedaan antara kepuasan belanja *fashion online* dan *offline*.

Mengacu dari pemikiran tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai komparasi antara *online guest review* dengan *walk in guest review* di Tara Hotel Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah

1. Bagaimana ulasan *online guest reviews* di Tara Hotel Yogyakarta?
2. Bagaimana ulasan *offline guest reviews* di Tara Hotel Yogyakarta?
3. Bagaimana perbedaan penilaian pelanggan *online guest reviews* dengan *offline guest reviews*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengidentifikasi ulasan *online guest reviews* di Tara Hotel Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi ulasan *offline guest reviews* di Tara Hotel Yogyakarta.
3. Menganalisa perbedaan penilaian pelanggan *online guest reviews* dengan *offline guest reviews* di Tara Hotel Yogyakarta berdasarkan kategori.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai acuan maupun pertimbangan dalam menentukan segala kebijakan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan komparasi *online guest review* dengan *offline guest review*.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika berdasarkan kerangka dan pedoman penulisan. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab pendahuluan ini memuat latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

##### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bagian kajian pustaka memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Bagian ini memiliki peran yang sangat penting. Melalui kajian pustaka ditunjukkan perkembangan termutakhir dalam dunia keilmuan atau sering disebut dengan *state of the art* dari teori yang sedang dikaji dan kedudukan masalah penelitian dalam bidang ilmu yang diteliti.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yakni bagian yang mengarahkan pembaca untuk mengetahui bagaimana peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data yang dilakukan, hingga langkah-langkah analisis data yang dijalankan. Secara umum akan disampaikan pola paparan yang digunakan dalam menjelaskan bagian metode penelitian dari sebuah skripsi dengan dua kecenderungan, yakni penelitian kuantitatif dan kualitatif.

### **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

### **BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Ada dua alternatif cara penulisan simpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau dengan cara uraian padat.

## **DAFTAR PUSTAKA**