

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kegiatan usaha dalam bidang perhotelan dan pariwisata telah mengalami perkembangan yang pesat dan berkontribusi terhadap sektor ekonomi di seluruh dunia. Pada tahun 2019 industri perhotelan dan pariwisata secara global menciptakan 330 juta pekerjaan dan berkontribusi 10,3% (US\$8,9 triliun) terhadap produk domestik (World Travel & Tourism Council, 2020). Di Indonesia, kegiatan usaha dalam bidang perhotelan dan pariwisata telah menjadi salah satu industri yang berkontribusi dalam sektor ekonomi (Barusman et al., 2019). Aktivitas pariwisata terus melakukan peningkatan dan menjadikan adanya persaingan bagi tiap negara untuk saling memaksimalkan setiap kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing negara termasuk Indonesia (Siahaan, 2019) *Hospitality Industry* menjadi salah satu upaya dalam memajukan pariwisata dengan meningkatkan fasilitas yang menunjang dan menjadi daya tarik bagi para konsumen. Hotel merupakan gedung yang menghadirkan kamar sebagai tempat untuk bermalam bagi tamu, berbagai macam hidangan dan berbagai fasilitas lainnya yang dibutuhkan untuk memperoleh profit/ keuntungan (Rai, 2012).

Jumlah usaha penyedia akomodasi yang semakin berkembang pada kurun waktu lima tahun terakhir menunjukkan peningkatan. Keadaan tersebut terbukti dengan banyaknya usaha untuk menyediakan akomodasi tahun 2020 yaitu 30.823 usaha sehingga meningkat 5,40% apabila dilihat perbandingannya dengan tahun 2019 yang memiliki jumlah usaha penyedia akomodasi yaitu 29.243 usaha (Pusat Data dan Sistem Informasi, 2021). Kondisi tersebut menjadi hal yang positif untuk bidang perhotelan di Indonesia dikarenakan unit penyedia akomodasi telah meningkat. Negara Indonesia mempunyai provinsi yang jumlahnya banyak untuk menjadi sasaran wisata, dimana salah satu provinsinya yaitu Jawa Barat. Sebuah kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Barat dengan berbagai destinasi wisata untuk dikunjungi karena mempunyai potensi yang besar dan sesuai untuk kegiatan berlibur. Kabupaten Garut mempunyai berbagai macam potensi yaitu wisata alamiah, buatan, ciri khas budaya dan kuliner.

Kabupaten Garut mempunyai sebutan “*Swiss Van Java*” dikarenakan keindahan alam yang mirip Switzerland (Swiss) dengan potensi wisata yang besar sehingga mampu berkembang menjadi sebuah kota pariwisata. Kondisi tersebut menjadi ciri tersendiri bagi Garut dari sejak dahulu sebagai salah satu dari tujuan wisata yang berkelas dunia. Pada saat itu tertulis beberapa figur dunia yaitu Raja Thailand, Raja Leopold dari Belgia yang pernah mengunjungi Kabupaten Garut (Lestari, 2019). Faktor sejarah menjadi salah satu alasan terbesar yaitu Garut terkenal karena potensi wisata yang memiliki daya tarik lengkap dan unik dengan sebutan Gurilaps (Gunung-Rimba-Laut-Pantai-Situ). Di samping *Swiss van Java*, Garut pun mendapatkan julukan “Kota Intan” tidak hanya Garut sebagai kota penghasil intan, namun karena refleksi cahaya dari lampu kota sehingga menjadikan sungai Cimanuk berkilauan pada malam hari.

Kabupaten Garut mempunyai berbagai tempat wisata yang populer diantaranya Pantai Santolo, Kawah Darajat, Darajat Pass *Waterpark*, pemandian Cipanas Garut dan banyak lagi yang lainnya. Posisi yang letaknya cukup dekat dari Bandung yang menyebabkan Garut banyak dikunjungi oleh pengunjung lokal maupun mancanegara. Dapat dilihat dengan cukup ramainya Garut di akhir pekan maupun ketika liburan sekolah. Hal tersebut menyebabkan timbulnya potensi untuk para pelaku usaha pada bidang perhotelan karena kunjungan hotel mengalami peningkatan. Adapun daftar hotel bintang 3 yang berada di Kabupaten Garut tampak pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Daftar Nama dan Alamat Lengkap Hotel Bintang 3 yang Berada di Daerah Cipanas, Kabupaten Garut pada Tahun 2022

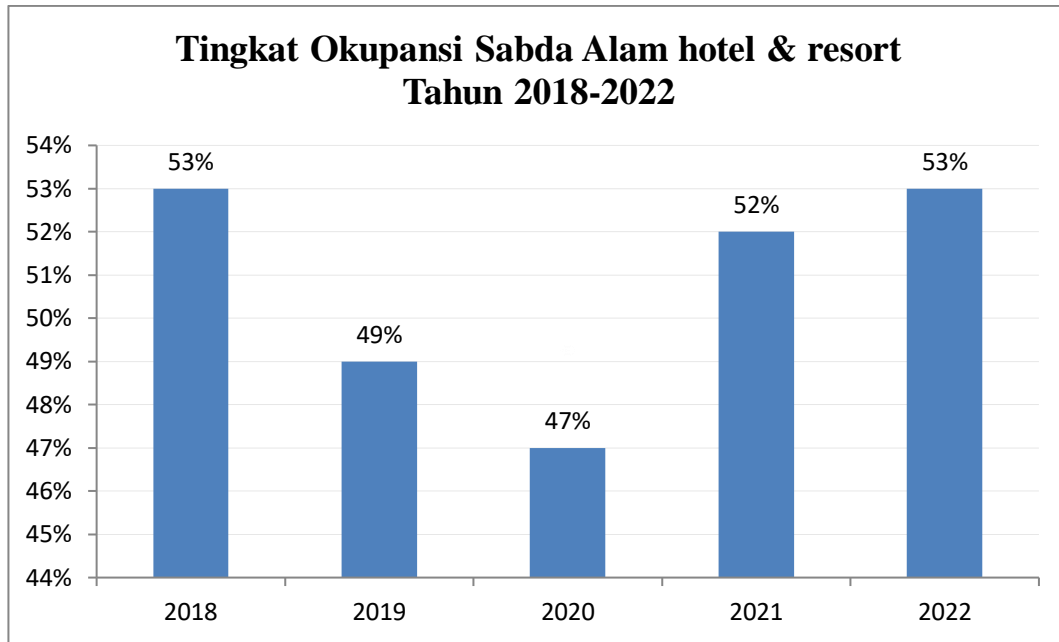
No	Nama Hotel	Alamat
1	Hotel Tirtagangga Garut	Jl. Raya Cipanas No.130, Cimanganten, Kec. Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151
2	Kampung Sumber Alam Garut	Jalan Raya Cipanas 122 Pananjung Tarogong Kaler, Pananjung, Cipanas, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151
3	Sabda Alam hotel & resort	Jl. Raya Cipanas No.3, Rancabango, Kec.

No	Nama Hotel	Alamat
		Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151
4	Danau Dariza Resort-Hotel	Jl. Cipanas Raya No. 44/45 Kel. Lengensari, Kec. Tarogong Kaler Cipanas – Garut, Jawa Barat 44151
5	Cahaya Villa Hotel Garut	Jl. Cipanas Baru, Pananjung, Kec. Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151

Sumber: Pengolahan data, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tempat wisata Cipanas yang berada di Kabupaten Garut adalah sentral akomodasi bagi hotel berbintang. Salah satu diantara hotelnya yaitu Sabda Alam Hotel & Resort. Salah satu hotel bintang tiga yang berlokasi di Garut yaitu Sabda Alam Hotel & Resort tepatnya di kawasan Cipanas dengan alamat lengkap Jl. Raya Cipanas Nomor 3, Rancabango Kecamatan Tarogong Kaler Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151. Keunggulan yang dimiliki oleh hotel ini yaitu hotel dengan perpadanan antara kawasan hotel dan resort yang bertema minimalis-modern. Sabda Alam Hotel & Resort didirikan pada lokasi yang dekat dengan Gunung Guntur dan sumber mata air Cipanas. Hal ini menyebabkan hotel memiliki kondisi yang menyenangkan dan sejuk. Hotel inipun mempunyai lokasi strategis dan mudah terjangkau karena lokasinya yang ada di sentra kota dan tidak jauh dari beragam fasilitas umum dan sentra pembelanjaan. Selain properti hotel, kelebihan lainnya yaitu sabda alam mempunyai taman air yang pertama di Garut yang lokasinya berada tepat di belakang bangunan hotel. Sabda Alam Hotel & Resort menawarkan fasilitas yang lengkap pula, yaitu *Meeting room*, Restaurant, Spa, Steam & Sauna, *swimming pool* dan *ATM centre*. Bersumber dari *Tripadvisor*, hotel ini menempati rangking ke-8 dari sejumlah 25 hotel yang ada di Garut.

Walaupun Sabda Alam Hotel & Resort mempunyai keunggulan yang banyak dan fasilitas lengkap agar mampu bersaing dengan hotel yang setara, namun Sabda Alam Hotel & Resort menghadapi masalah okupansi. Berikut ini merupakan informasi mengenai data okupansi di Sabda Alam Hotel & Resort mulai tahun 2014 sampai dengan 2021 yang tampak dalam gambar 1.1



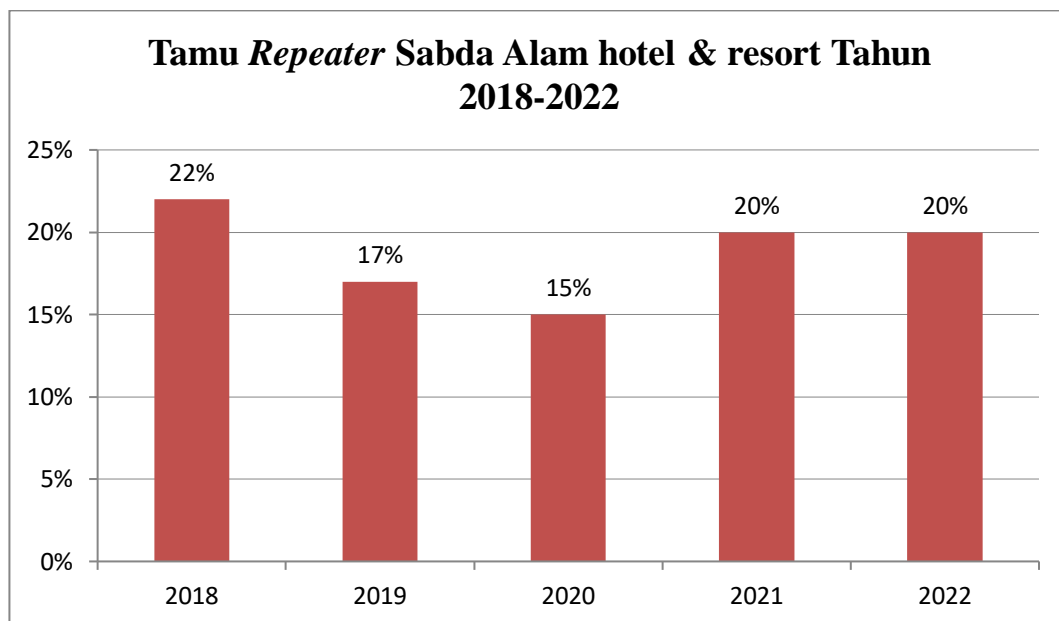
Gambar 1.1 Tingkat okupansi Sabda Alam Hotel & Resort tahun 2018-2022

Sumber: Manajemen Sabda Alam Hotel & Resort 2022

Gambar 1.1 menunjukkan tingkat hunian kamar hotel pada tahun 2018 sebesar 53% dan pada tahun 2019 sebesar 49% terlihat adanya penurunan okupansi di Sabda Alam hotel & resort, tahun berikutnya mengalami penurunan okupansi yaitu 47% pada 2020 karena COVID-19 yang sangat parah, tahun 2021 okupansi di Sabda Alam hotel & resort mengalami kenaikan sebesar 3% menjadi 52% dan terjadi kenaikan kembali menjadi 53% pada tahun 2022. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat hunian kamar di Sabda Alam Hotel & Resort mengalami peningkatan maupun penurunan mulai dari tahun 2018 sampai dengan 2022.

fluktuasi okupansi yang terjadi di Sabda Alam Hotel & Resort dikarenakan adanya kompetisi di antara hotel berbintang tiga di kawasan Cipanas, semakin banyak alternatif hotel yang baru di Garut menurut Ibu Ellyn, kepala bidang pemasaran Sabda Alam Hotel & resort (Ellyn, 2022). Adanya persaingan ketat di antara hotel yang setara bintang 3 sehingga timbulah tuntutan untuk menciptakan suatu cara yang inovatif agar menghasilkan produk berbeda dan mendapatkan pengalaman yang tidak dapat dilupakan oleh tamu untuk meningkatkan persaingan (Neuhofer et al., 2012). Pihak hotel dapat melakukan hal yang menarik minat ataupun mempertahankan tamu yang baru pertama kali

berkunjung dengan cara memberikan pelayanan secara optimal supaya mampu memberikan memori berkesan untuk tamu sehingga tamu tersebut menjadi tamu *repeater*. Namun demikian, dalam hal keinginan berkunjung kembali (*repeater intention*) di Sabda Alam Hotel & Resort ini mengalami suatu permasalahan yang bermakna mengenai rendahnya kunjungan kembali dari tamu hotel yang sama sesudah kunjungan pertama dari mereka. Berikut ini adalah data *repeater* yang ada di Sabda Alam Hotel & Resort.



Gambar 1.2 Tamu *repeater* Sabda Alam Hotel & Resort tahun 2018-2022

Sumber: Manajemen Sabda Alam Hotel & Resort 2022

Gambar 1.2 menunjukkan tamu yang berkunjung kembali ke Sabda Alam Hotel & Resort pada tahun 2018 adalah 22% dari keseluruhan tamu yang menginap di Sabda Alam Hotel & Resort, terjadi penurunan *Repeater guest* pada dua tahun berikutnya 2019 & 2020 yaitu 17% dan 15%, tahun 2021 dan 2022 terjadi kenaikan jumlah *repeater guest* menjadi 20%. Hal tersebut menunjukkan okupansi yang cenderung mengalami peningkatan dan penurunan mulai dari tahun 2018 sampai dengan 2022.

Terjadinya penurunan pada hunian di Sabda Alam Hotel & Resort dikarenakan tamu yang baru pertama kali menginap berkurang dan tidak berkunjung kembali (*revisit*). Masalah tersebut jika tidak ditanggulangi akan mengurangi jumlah tamu yang menginap di hotel. Penanggulangannya yaitu

dengan memperoleh tamu hotel yang tetap setia menjadi pelanggan sehingga mereka akan berkunjung lagi ke hotel, berdasarkan sudut pandang kebutuhan manajemen biaya untuk tetap mempertahankan tamu hotel yang ada diperhitungkan lebih kecil jika dibandingkan dengan berupaya memperoleh tamu hotel yang baru (Yan et al., 2015). *Revisit intention* adalah salah satu faktor penting untuk perusahaan agar dapat terus menerus memperoleh keuntungan dan performance untuk jangka waktu yang panjang (Jeon, 2013). Dengan demikian, salah satu upaya untuk membuat perusahaan menjadi maju dapat dilakukan melalui *revisit intention* yang mampu menjaga agar tamu tetap loyal untuk jangka waktu panjang.

Menurut Zeithaml et al (2009) dalam Wulanjani & Derriawan (2017) bahwa *Revisit intention* adalah suatu bentuk dari perilaku atau keinginan dari tamu untuk berkunjung kembali, menyampaikan *word of mouth* yang bersifat positif, serta menginap lebih lama diluar perkiraan waktu. Luo dan Hsieh (2013) dalam (Nabila & Armida, 2020) mengemukakan selain keinginan kembali, *revisit* juga memiliki makna keinginan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain. Penelitian yang dilakukan oleh Wirantini M et al (2018) menyebutkan bahwa daya tarik, fasilitas, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kunjungan kembali (*Revisit Intention*).

Pine II & Gilmore (1999) dalam (Prakoso et al., 2020) menjelaskan bahwa pengalaman berwisata yang dimulai dari sebelum kedatangan di tempat tujuan dan berakhir dengan adanya ingatan dari pengalaman yang berkesan dan memiliki rencana berkunjung kembali pada masa yang akan datang. Oleh sebab itu, terbentuknya ingatan (*memory*) bersifat positif akan membuat tamu memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan kembali. *Memorable experience* telah diuji mampu mempengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan kunjungan kembali (*behavioral intention to revisit*), melakukan kembali kegiatan yang sama (*repractice the same tourist activities*), dan mengulas secara positif dari mulut ke mulut (*generate positive word-of-mouth*) (Jong Hyeong Kim et al., 2010). Pengkajian *memorable experience* dilakukan di bidang pariwisata dimana *Memorable Tourism Experience* (MTE) mempunyai empat dimensi dari MTE, yaitu *affect, expectations, consequentiality, dan recollection* (Tung & Ritchie,

2011). Beberapa penelitian tentang *memorable experience* telah dilakukan di industri hotel. Sthapit (2019) melakukan penelitian di hotel di Rovaniemi, Finlandia menghasilkan empat dimensi *memorable hotel experience*, yaitu sikap hangat staff (*warm and welcoming attitude of the staff*), kamar yang nyaman (*comfortable room*), lokasi hotel (*location of the accommodation*), dan sarapan (*breakfast*).

Tamu Sabda Alam Hotel & Resort mendapatkan pengalaman menginap yang kurang menyenangkan sehingga menyebabkan *experience* yang tidak *memorable*. Tanggapan tamu terhadap sikap staf yang kurang responsif, kurang ramah, sarapan yang standar/ biasa saja, kebersihan kamar yang kurang dan lokasi hotel yang dekat dengan jalan sehingga menyebabkan kebisingan suara kendaraan yang mengganggu tamu hotel. Untuk menciptakan dan mengimplementasikan strategi dari *memorable Hotel experience* menurut teori Sthapit (Sthapit, 2019) di Sabda Alam Hotel & Resort secara menyeluruh hasilnya belum optimal. Hal tersebut tampak dari hasil survei *tanggapan tamu* yang disediakan di Sabda Alam Hotel & Resort. Pengalaman yang dirasakan beberapa tamu memperlihatkan Sabda Alam Hotel & Resort kurang *memorable*. Hasil tanggapan dari beberapa OTA yaitu Traveloka, Agoda dan Tripadvisor selama dua tahun terakhir menunjukkan masih terdapat tanggapan yang negatif terhadap *memorable hotel experience* yang dialami tamu ketika menginap di Sabda Alam Hotel & Resort. Beberapa tanggapan dari tamu mengenai *memorable hotel experience* di Sabda Alam hotel & resort dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Tanggapan Tamu Terhadap *Memorable Hotel Experience* di Sabda Alam Hotel & Resort

No	Skor	Tanggapan	Sumber OTA	<i>Memorable experience</i>
1	6,2/10	"...the staff actually give a bit disappointed service.." (Mutiara, 25 Januari 2021)	Traveloka	
2	2.8	"..pelayanan parah. kami harus menunggu lama. handuk telat. pelga di kasih.." (Trisna, Des 2022)	Agoda	Sikap Staf
3	2/5	" staf hotel juga tidak helpful tamu taruh-taruh koper dari mobil.."	Tripadvisor	

(Marina, Maret 2022)			
4	6/10	"...makanannya nanti minta dicek lagi, soalnya keasinan terus setiap pesan.." (Risma, Desember 2020)	Traveloka
5	6.0	" <i>the breakfast is quite poor start from the items, taste until the food refill..</i> " (Soni, May 2022)	Agoda Sarapan
6	3/5	"... <i>The variant of the food not so many and tasteless and a lot of flies..</i> " (Ardi, Juni 2021)	Tripadvisor
7	5.2/10	".. <i>the room is smelly (maybe because wastafle beside the bed) not clena enough, no shower, and odd bathtub..</i> " (Jean, Des 2022)	Traveloka
8	5.6	".. <i>the cleanliness is poor, the bed has a lot of stains and its itchy..</i> " (Bella, November 2020)	Agoda Kenyaman Kamar
9	2/5	"..banyak debu di bawah kasur, kamar mandi bau tidak sedap, furnitur usang.." (Gallan, Feb 2021)	Tripadvisor
10	5.6/10	"...tempat parkir jauh dari hotel susah dijangkau oleh tamu.." (Muhammad, Agustus 2022)	Traveloka
11	6.2	"..Lokasi hotel dekat lalu lalang mobil yang terdengar sampai di kamar.." (Pandu, Sep 2022)	Agoda Lokasi Akomodasi
12	3/5	".. <i>the area location too close to the street..</i> " (Miki, Nov 2021)	Tripadvisor

Sumber : Berbagai sumber Online Travel Agent, 2022

Tabel 1.2 diatas menunjukkan masih ada tanggapan yang negatif terhadap Hotel Sabda Alam mengenai *memorable hotel experience*. Hal tersebut dapat menjadi permasalahan karena Sabda Alam Hotel & Resort berfokus terhadap pelanggan, seperti salah satu *value* Sabda Alam yaitu *Adore Cusoumers* yang artinya memperhatikan pelanggan dan tamu. Jika hal ini diabaikan maka akan berdampak buruk bagi masa depan Hotel Sabda Alam terutama dalam hal *revisit intention* tamu ke hotel. Sebagaimana dikemukakan bahwa memberikan memori positif telah dibuktikan berpengaruh terhadap niat kepuasan dan loyalitas pelanggan (Quadri-Felitti & Fiore, 2013). Dengan demikian, penting untuk memberikan kesan yang positif dan pengalaman yang memberikan kesan mendalam bagi tamu yang berakibat terhadap peningkatan citra hotel sehingga

ada kemungkinan tamu berkunjung kembali dan secara sukarela memberikan rekomendasi hotel kepada orang lain/ sahabat/ relasi dan teman.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, diketahui temuan ini baru hasil dari penelitian kualitatif saja dan belum dibuktikan secara kuantitatif dengan pengujian statistik. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang *memorable hotel experience* pada Sabda Alam Hotel & Resort untuk menimbulkan *revisit intention* atau mengulangi kunjungan ke Sabda Alam Hotel & Resort dan melakukan penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara *memorable hotel experience* dengan *revisit intention*. Dengan demikian, akan dilakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Memorable Hotel Experience terhadap Revisit Intention di Sabda Alam Hotel & Resort”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah sebelumnya maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran *memorable hotel experience* di Sabda Alam Hotel & Resort?
2. Bagaimana gambaran *revisit intention* di Sabda Alam Hotel & Resort?
3. Bagaimana pengaruh sub-sub variabel *memorable hotel experience* yaitu sikap staf, kenyamanan kamar hotel, lokasi akomodasi dan sarapan terhadap *revisit intention* di Sabda Alam Hotel & Resort?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui penjelasan mengenai gambaran *Memorable Hotel Experience* di Sabda Alam Hotel & Resort.
2. Mengetahui penjelasan mengenai gambaran *Revisit intention* di Sabda Alam Hotel & Resort.
3. Mengetahui penjelasan mengenai pengaruh sub-sub variabel *memorable hotel experience* yaitu sikap staf, kenyamanan kamar hotel, lokasi akomodasi dan sarapan terhadap *revisit intention* di Sabda Alam Hotel & Resort.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Manfaat secara teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori kepariwisataan, berkontribusi pada ilmu perhotelan, manajemen ataupun pemasaran pariwisata mengenai pengaruh *memorable hotel experience* terhadap *revisit intention* pada hotel bintang 3, menambah pengetahuan, memperluas wawasan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi atau sebagai acuan serta memberikan motivasi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan tema *memorable hotel experience* terhadap *revisit intention*.

1.4.2 Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan informasi bermanfaat bagi industri hotel, khususnya Sabda Alam Hotel & Resort. Untuk mengetahui pengalaman yang diinginkan oleh tamu hotel yang menginap. Dengan mengetahui hal tersebut maka akan menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kualitas dan citra hotel dengan *revisit intention* di Sabda Alam Hotel & Resort.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian berikut yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini memuat penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini memuat penjelasan tentang kajian dan kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan terdiri dari lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, variabel operasional dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat pemaparan berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat simpulan dan saran mengenai analisis permasalahan berdasarkan hasil pemaparan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**