

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis global berdampak pada penurunan pembangunan di Indonesia, contohnya perekonomian saat banyak perusahaan yang berperan di sektor industri mengalami kerugian bahkan tidak sedikit pengusaha yang sampai gulung tikar (collaps). Untuk dapat bangkit dari kondisi tersebut Indonesia harus mampu memanfaatkan dan mengembangkan potensi dan sumberdaya yang ada.

Salah satu potensi yang dimiliki oleh Negara Indonesia adalah dibidang kepariwisataan, Indonesia kaya akan wisata alam dan budaya jika ini dapat dikembangkan dan dimanfaatkan secara benar maka dapat menjadi sumber penerimaan devisa. Hal ini di kemukakan oleh Nurmauli dalam jurnalnya Bahasa dan Pariwisata (2002:38). Sesuai dengan UU No.9/1990 tentang pariwisata,

bahwa pemerintah sudah menyadari pentingnya pariwisata sebagai sektor yang dapat memperbaiki taraf hidup masyarakat Indonesia secara umum dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dilingkungan atau taraf hidup masyarakat Indonesia secara umum dan taraf hidup masyarakat dilingkungan atau tempat-tempat tujuan wisata khususnya.

Oleh karena itu dalam rangka pembangunan nasional untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat telah ditentukan bahwa pengembangan pariwisata seharusnya dilanjutkan dan ditingkatkan dengan memperluas dan memanfaatkan sumber serta potensi pariwisata nasional sehingga menjadi sebuah kegiatan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan devisa Negara, memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha untuk merangsang pendapatan regional, serta memperkenalkan identitas dan kebudayaan nasional.

Salah satu sarana yang paling penting keberadaannya dalam menunjang sektor kepariwisataan adalah Hotel. Hal ini seperti yang di kemukakan oleh Oka A Yoeti (2001:120)” Akomodasi atau perhotelan tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata, tanpa kegiatan pariwisata dapat dikatakan akomodasi perhotelan akan lumpuh begitu pula sebaliknya pariwisata tanpa hotel merupakan suatu hal yang tidak mungkin...”

Dengan demikian, jelas hotel merupakan sarana pokok yang dapat menunjang keberhasilan sektor pariwisata. Para wisatawan tidak hanya membutuhkan tempat peristirahatan saja melainkan membutuhkan makanan dan minuman, Hotel selain menyediakan kamar juga menyediakan menu makanan dan minuman atau biasa disebut sebagai menu A’la Carte yang di sediakan di restaurant. Harga jual menu makanan dan minuman yang di sediakan pun bervariasi dari menu Eropa sampai menu Tradisional biasanya para wisatawan sangat tertarik dengan restaurant yang memiliki kualitas yang bagus dan harga yang sesuai. Untuk menarik minat para wisatawan agar datang ke restaurant hotel maka dibutuhkan promosi, promosi yang di berikan kepada para calon wisatawan membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Bandung merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar yang terdiri dari objek wisata alam, budaya dan objek wisata minat khusus. Pembangunan sektor pariwisata di Kota Bandung sejak krisis ekonomi mengalami kemerosotan salah satunya di bidang perhotelan baik itu jenis hotel berbintang maupun hotel yang tidak berbintang. Klasifikasi hotel ini adalah hotel yang memenuhi persyaratan kriteria fisik & pelayanan hotel berbintang dan hotel tak berbintang. Hotel berbintang terdiri dari lima bintang

atau kelas yakni Hotel Bintang 1, Hotel Bintang 2, Hotel Bintang 3, Hotel Bintang 4 dan Hotel Bintang 5. Di Kota Bandung sendiri jumlah Hotel berbintang mencapai puluhan sedangkan untuk hotel tak berbintang berjumlah ratusan. Pada beberapa tahun ini tingkat kunjungan tamu wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara mengalami penurunan untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Hotel dan Persentase Tingkat Kedatangan Tamu
Pada Hotel Bintang Empat di Kota Bandung

Tahun	Jumlah Hotel Bintang Empat	Persentase Kedatangan Tamu Hotel Bintang Empat
2004	8	34,42
2005	8	42,09
2006	10	33,95
2007	11	30,11
2008	15	36,04

Sumber : Badan Pusat Statistik

Dari data tersebut menunjukkan bahwa banyak wisatawan yang menginap di Hotel Bintang Empat di Kota Bandung selama lima tahun terakhir sifatnya fluktuatif. Hal ini disebabkan banyaknya faktor yang mempengaruhi permintaan baik faktor ekonomi maupun faktor non ekonomi. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Vincen Gaspers (2001:13)

Permintaan suatu barang atau jasa (Qdx pada dasarnya dipengaruhi berbagai faktor antara lain: harga barang atau jasa itu, pendapatan konsumen, harga barang atau jasa yang berkaitan, ekspektasi konsumen (yang berkaitan dengan harga barang atau jasa, tingkat pendapatan dan ketersediaan dari barang atau jasa itu dimasa yang akan datang), selera konsumen, banyaknya konsumen potensial), pengeluaran iklan, attribute atau feature dari produk itu, serta faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan permintaan barang atau jasa itu.

Selain di atas untuk memperkuat bahwa telah terjadi penurunan kunjungan tamu pada Hotel Bintang Empat khususnya pada Hotel Horison Bandung pada lima tahun terakhir dalam jangka triwulan tahun 2004-2008 dapat dilihat dari data dibawah ini:

Tabel 1.2
Data Jumlah dan Persentase Kunjungan Tamu
Hotel Horison Bandung Periode 2004 – 2008

No	Tahun	Periode	Triwulan	Rata-rata/ Triwulan (Orang)	Persentase (%)	Perubahan (+ / -)
1.	2004	Januari - Maret	1	19.029	5	0
2		April - Juni	2	18.813	3,5	-1,5
3		Juli - September	3	25.039	6,5	3
4		Oktober - Desember	4	25.349	6,5	0
5				88.230		
6	2005	Januari - Maret	1	19.435	4	0
7		April - Juni	2	23.690	6	-2
8		Juli - September	3	20.496	5	-1
9		Oktober - Desember	4	19.385	4	-1
10				83.006		
11	2006	Januari - Maret	1	18.469	3,5	0
12		April - Juni	2	20.556	5	1,5
13		Juli - September	3	25.425	6,5	1,5
14		Oktober - Desember	4	20257	5	-1,5
15				84.875		
16	2007	Januari - Maret	1	14.381	3	0
17		April - Juni	2	24.540	6,5	3,5
18		Juli - September	3	12.555	3	-3,5
19		Oktober - Desember	4	13.926	3	0
20				66.402		

21	2008	Januari - Maret	1	22.629	5	0
22		April - Juni	2	24.845	6	1
23		Juli - September	3	25.170	6,5	0,5
24		Oktober - Desember	4	25.260	6.5	0
25				97.904		
Jumlah				383.785	100	

Sumber : diambil dari data Hotel Horison Bandung

Dari tabel 1.1 diatas nampak terjadi penurunan jumlah pengunjung tamu pada Hotel Bintang Empat khususnya yang berada di Kota Bandung yaitu pada 3 tahun secara berurutan yaitu pada tahun 2005 (1,08), tahun 2006 (1,06), tahun 2007 (0,98), dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2008 (0,95). Sedangkan pada tabel 1.2 yang memuat data tingkat kunjungan tamu pada Restoran Hotel Horison Bandung tampak juga bahwa penurunan terjadi pada tahun 2005 (triwulan 1-4), tahun 2006 (triwulan 1-4) dan tahun 2007 (triwulan 1-4), kemudian mengalami kenaikan kembali pada tahun 2008 (triwulan 1-4).

Hal ini diduga karena harga menu makanan A'La Carte yang ditawarkan oleh Restoran Hotel Horison Bandung naik dan promosi yang diberikan kurang dari pihak pemilik Hotel Horison Bandung. Dengan demikian menjadi alasan bagi penulis untuk mengambil judul mengenai **“Pengaruh Harga Menu Makanan A'La Carte dan Biaya Promosi Terhadap Permintaan Jasa Restoran Hotel Horison Bandung”**.

1.2 Perumusan Masalah

Seperti yang telah di jelaskan di latar belakang diatas yang mempengaruhi Permintaan terhadap jasa Restaurant Hotel Horison Bandung maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga menu makanan A'La Carte terhadap permintaan jasa restorant hotel?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap permintaan jasa restorant hotel?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan di lakukan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga menu makanan A'La Carte terhadap permintaan jasa restorant hotel Horison Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi terhadap permintaan jasa restorant hotel Horison Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian di bidang ilmu Manajemen kepariwisataan yang menghubungkan harga menu makanan dan Biaya promosi terhadap permintaan jasa restorant hotel Horison Bandung.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Bagi pihak yang terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk bahan informasi sebagai berikut :

- a. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai masalah pengaruh harga menu makanan dan biaya promosi terhadap permintaan.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pengusaha jasa restoran hotel Horison dalam meningkatkan permintaannya secara praktis dimasa yang akan datang.
- c. Sebagai kajian lebih lanjut bagi siapa saja yang berminat terhadap masalah ini terutama hal-hal lainnya yang belum di ungkapkan dalam penelitian ini.

1.4 Kerangka Pemikiran

Permintaan merupakan keinginan dari seseorang individu atau kelompok untuk memiliki sejumlah barang atau jasa yang disertai kemampuan untuk membelinya, pada tingkat harga tertentu. Hal ini senada dengan apa yang dikemukakan oleh William.Mc Eachern (2001:42) “permintaan merupakan jumlah produk yang diinginkan dan mampu dibeli konsumen pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dan hal lain diasumsikan konstan”.

Dalam penelaahan permintaan ini terdapat dua pendekatan teori, yang pertama adalah pendekatan secara kardinal, teori ini menganggap bahwa nilai guna atau tingkat kepuasan dapat diukur secara pasti. Misalnya jika seseorang mengkonsumsi suatu barang maka tingkat kepuasannya dapat diketahui untuk setiap jumlah barang. Yang kedua adalah melalui pendekatan Ordinal. Teori utilitas ordinal menyatakan bahwa kepuasan tidak dapat diukur sebagai mana

yang bisa dilakukan terhadap harga dan jumlah tetapi kepuasan dapat dirangkai berdasarkan barang yang berbeda-beda. Sehingga utilitas dari barang lebih besar, lebih kecil atau sama dengan barang lain. (Said Kelana,1994:34)

Permintaan yang dikaji dalam penelitian ini adalah permintaan sektor jasa pariwisata, sektor pariwisata ini berkembang seiring dengan perkembangan sarana dan prasarana wisata karena salah satu sektor yang dapat memberikan devisa bagi Negara adalah sektor pariwisata. Perhotelan merupakan salah satu sektor yang bergerak di bidang pariwisata, di Indonesia eksistensi hotel sebagai alat akomodasi utama para wisatawan dipandang cukup signifikan sebagai salah satu komponen pembentuk devisa Negara.

Namun untuk perkembangannya perlu direncanakan dengan baik peningkatan atau penambahan jumlah menu makanan hotel dan akomodasi lainnya, pentingnya mutu dan jumlah tenaga kerja pada akomodasi, khususnya tenaga-tenaga professional di bidang restaurant hotel dan kepariwisataan. hal ini dapat berpengaruh kepada besarnya permintaan terhadap jasa tersebut. Jika tingkat pelayanan yang diberikan sudah memadai serta manajemennya menunjukkan kerja yang efektif akan menggugah selera wisatawan untuk berkunjung ke restaurant hotel tersebut. Hal ini senada dengan yang di ungkapkan oleh Vincent Gaspersz (2001:19) “ Jika selera konsumen terhadap barang atau jasa X naik/turun, maka kuantitas permintaan barang/jasa X akan naik/turun, dengan asumsi nilai dari variable-variabel lain dalam fungsi permintaan bersifat konstan”.

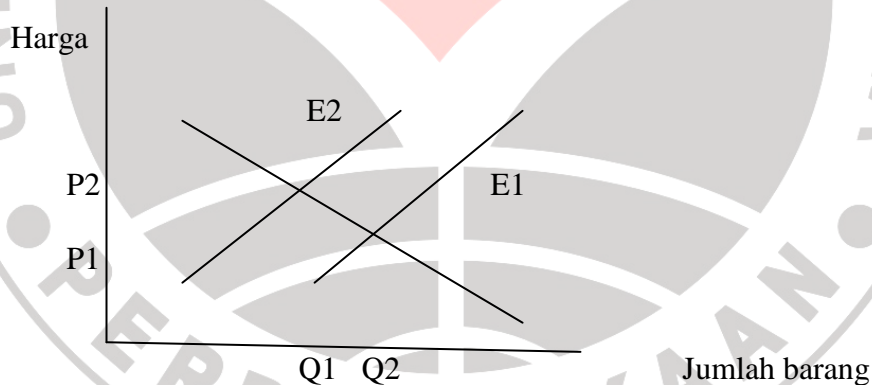
Pratama Raharja dan Mandala Manurung (2002:18) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang yaitu : harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait, tingkat pendapatan perkapita, selera atau kebiasaan, jumlah penduduk, perkiraan harga dimasa yang akan datang, distribusi pendapatan serta usaha-usaha produsen dalam meningkatkan penjualan (promosi).

Menurut Sadono Sukirno (2000:80) “faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa adalah harga barang itu sendiri, harga barang-barang lain, pendapatan para pembeli, distribusi pendapatan dan jumlah penduduk serta ramalan mengenai masa yang akan datang.” Adapun pengertian lain dari para ahli tentang pengaruh permintaan yaitu menurut Samuelson (1995:62) yang mempengaruhi permintaan suatu barang dan jasa adalah : ”harga, pendapatan rata-rata, penduduk, harga barang lain yang berhubungan, selera dan faktor khusus lainnya yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa tersebut”.

Dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi permintaan ini berlaku istilah “*Ceteris Varibus*” maksudnya adalah bahwa perubahan suatu variabel harga mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa jika faktor lain (misalnya selera, pendapatan dan lain-lain) tidak berubah atau konstan. Berlakunya istilah “*Ceteris Varibus*”, ini adalah untuk memudahkan dalam mempelajari dan memahami tingkat kepentingan masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel dalam mempengaruhi permintaan, baik barang maupun jasa.

Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan diatas banyak beberapa factor yang mempengaruhi permintaan akan suatu barang dan jasa, akan tetapi

yang akan diambil sebagai variable bebas/indeventent dalam penulisan ini adalah Harga Menu Makanan A'La Carte, Harga yang dimaksud disini merupakan tariff/harga masuk, dimana tiap hotel mempunyai tariff harga yang berbeda-beda sesuai dengan fasilitas yang disediakan. Akan tetapi penulis akan membahas tentang harga menu makanan yang di tawarkan oleh hotel, harga menu makanan termasuk pada harga barang lain yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang disamping harga barang itu sendiri. Jika harga menu makanan meningkat maka sesuai Hukum Permintaan kuantitas permintaan terhadap jasa pun akan mengalami penurunan dengan asumsi variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan bersifat konstan dan sebaliknya jika harga menu turun maka kuantitas permintaan jasa hotel pun akan mengalami peningkatan. Jika digambarkan dalam bentuk kurva akan tampak seperti gambar dibawah ini:



Gambar 1.1

Kurva permintaan dengan kemiringan negative mengartikan jumlah barang atau jasa yang diminta dengan harganya.

Ketika harga sebesar P_1 jumlah barang yang diminta sebesar q_2 keseimbangannya sebesar E_1 , harga naik sebesar P_2 maka jumlah barang diminta turun menjadi sebesar q_1 hal ini berpengaruh pulaterhadap keseimbangannya

sebesar E2. Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang harga menu makanan khusus menu A'La Carte, harga menu makanan berbeda-beda tergantung jenis makanan dan minuman yang disediakan. Jasa makanan termasuk salah satu komplementer (pelengkap) pada suatu hotel, sehingga harga menu merupakan harga barang komplementer yang ikut mempengaruhi terhadap permintaan jasa hotel. hal ini seperti yang di kemukakan oleh Vincent Gaspersz (2001:61) "Apabila harga dari barang atau jasa lain yang berkaitan (bukan X) naikturun, sedangkan kuantitas permintaan terhadap barang atau jasa X turun/naik (ceteris varibus = dengan asumsi nilai dari variable-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan) maka hubungan antara barang lain bukan X dan barang X itu dikatakan bersifat complement".

Makanan termasuk barang yang bersifat komplementer terhadap hotel. Jadi jika harga makanan naik maka kuantitas permintaan terhadap jasa restaurant hotel pun, ada kemungkinan menurun (jika pendapatan dan faktor lain diasumsikan tetap).

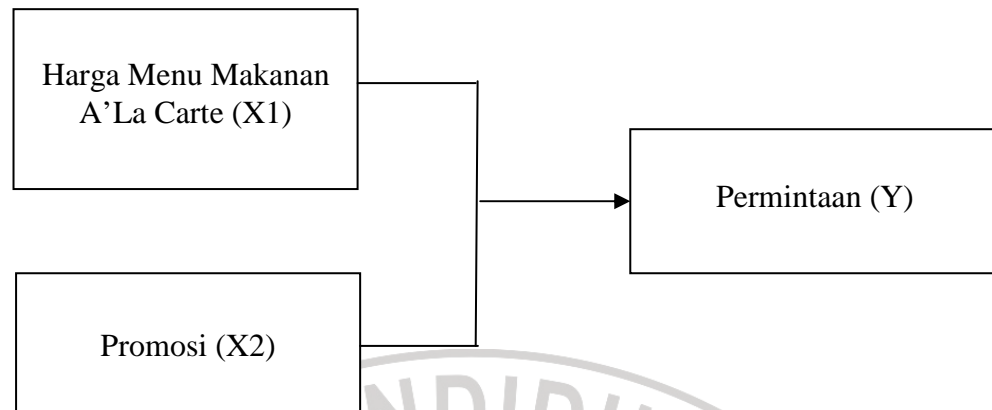
Variabel dependen yang kedua adalah Promosi, Upaya produsen dalam meningkatkan penjualannya salah satunya adalah melalui promosi, Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Suatu produk tidak akan dibeli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Promosi dapat dilakukan dengan cara melalui potongan harga (discon), pemberian hadiah atau door prize serta penawaran iklan. Jadi untuk merangsang minat konsumen akan suatu barang atau jasa, para pengusaha atau pengelola (pada hotel) harus meningkatkan anggaran atau biaya untuk promosi. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Vincent Gaspersz (2001:18)

Jika anggaran untuk iklan dari suatu produk yang ditawarkan meningkat atau menurun, akan kuantitas permintaan barang atau jasa X akan meningkat atau menurun (ceteris varibus = dengan asumsi nilai dari variable-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan).

Disamping itu Pratama Rahardja dan Mandala Manurung (2002:19) mengemukakan bahwa; “Pengiklanan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut...” Jadi disamping harga, baikpun harga barang lain, kondisi sarana dan prasarana, pendapatan, promosi, lokasi, selera dan lain-lain juga ikut mempengaruhi terhadap perubahan permintaan baik barang atau jasa yang ditandai dengan bergesernya kurva permintaan. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Sadono Sukirno (2000:84) “Sekiranya harga barang lain, pendapatan para pembeli dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan ini akan menyebabkan kurva permintaan bergeser kekanan atau kekiri.

Berdasarkan paparan yang telah di jelaskan diatas dan dukungan teori-teori yang ada maka hubungan teori-teori tersebut dapat disederhanakan dalam sebuah kerangka pikiran sebagai berikut :



Keterangan:

X1 : Harga Menu Makanan (dipenden)

X2 : Promosi (dipenden)

Y : Permintaan (independen)

1.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan penting dalam penelitian. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Suharsmi Arikunto (1998:67) “Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul”. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Ada pengaruh Harga menu makanan A'La Carte terhadap permintaan jasa restoran hotel horison Bandung.
- b) Ada pengaruh Promosi terhadap permintaan jasa restoran hotel horison Bandung.