

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Hotel menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) merupakan bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, atau bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, ataupun makan dan minum (Putra, 2017).

Hotel sangat berperan penting bagi wisatawan asing maupun nusantara yang sedang mengadakan kegiatan atau hanya sekedar berlibur, dikarenakan Hotel tersebut sering kali dijadikan salah satu alternatif tempat tinggal oleh para wisatawan ataupun pengunjung. Berdasarkan SK Menparpostel RI No. PM/PW 301/PHB-77 hotel dibagi menjadi beberapa macam, diantaranya: Hotel berbintang satu, hotel berbintang dua, hotel berbintang tiga, hotel berbintang empat, dan hotel berbintang lima. hotel juga memiliki karakteristik yang berbeda-beda, akan tetapi pada umumnya hotel memiliki karakteristik, sebagai berikut (Idtesis, 2014):

1. Industri padat karya yang bermodalkan nominal besar.
2. Dipengaruhi oleh beberapa sektor antara lain sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.
3. Pemasaran produk bertempat di pelayanan produk itu sendiri.
4. Beroperasi selama 24 jam.
5. Pelanggan sebagai raja sekaligus partner dalam usaha.

Dalam perkembangan bisnis perhotelan ini, kota Bandung dikenal sebagai kota wisata terbesar di Jawa barat. Dengan demikian seiring berjalannya waktu semakin banyak industri perhotelan yang terdapat di kota Bandung. Terdapat beberapa klasifikasi hotel di kota Bandung diantaranya (Jenishotel.info, 2015):

1. *City Hotel* merupakan hotel yang terletak ditengah kota besar atau daerah perkotaan. Tamu yang datang kebanyakan bertujuan untuk bisnis, seminar, sebab yang termasuk klasifikasi

city hotel banyak menyediakan sarana untuk bisnis dengan gedung bertingkat. Contoh dari *city hotel* di kota Bandung adalah *El Royale Hotel, Grand Preanger, The Trans Luxury*.

2. *Resort Hotel* merupakan hotel yang terletak jauh dari kota dan di peruntukan bagi masyarakat yang ingin berekreasi atau berwisata. Kota Bandung memiliki banyak tempat wisata di daerah dataran tinggi salah satunya yaitu Lembang. Lokasi pegunungan diperuntukan bagi tamu yang ingin menikmati sejuknya hawa pegunungan di Lembang dan menikmati pemandangan alam. Dengan demikian di Lembang banyak terdapat *resort hotel* seperti *The Valley, The Green Resort*.
3. *Residential Hotel* merupakan hotel yang diperuntukan bagi masyarakat yang ingin tinggal cukup lama. Hotel ini berlokasi di daerah tenang yang jauh dari keramaian seperti pinggiran kota. Hotel ini juga memiliki fasilitas yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga. Contoh dari *residential hotel* di kota Bandung adalah Villa Istana Bunga yang didalamnya terdapat banyak villa yang disewakan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis perhotelan dan pariwisata di Indonesia bisa dikatakan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Ini bisa dilihat berdasarkan meningkatnya banyaknya pertumbuhan hotel, yang mengakibatkan persaingan hotel di Indonesia semakin ketat, khususnya di Kota Bandung. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat ini, Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal dengan keindahan alam dan kesejukan udaranya, banyak tempat-tempat bersejarah yang menyimpan berbagai cerita, melimpah

makanan serta jajanan khas Kota Bandung sehingga sering dijuluki kota kuliner, dan juga Kota Bandung ini sangat kreatif, hal ini dikarenakan Bandung yang memang dikenal sebagai pusat seni, *fashion*, dan kebudayaan yang kreatif. Dengan demikian wisatawan nusantara maupun mancanegara selalu tertarik untuk mengunjungi Kota Bandung, pada umumnya karena Bandung dikenal sebagai kota ternyaman (detikTravel,2014). Berikut ini terdapat data wisatawan yang mengunjungi Bandung periode 2016:

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Jawa Barat Periode 2016

Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Bogor	228.913	4.955.079	5.183.992
Sukabumi	49.985	2.031.979	2.081.964
Cianjur	12.100	212.095	224.195
Bandung	867.000	5.583.468	6.450.468
Garut	4.983	671.858	676.841

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat (2016)

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa Kota Bandung sangat digemari para wisatawan mancanegara ataupun nusantara. Terbukti dari jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung memiliki pengunjung terbanyak sejumlah 6.450.468 dibanding dengan Kota lainnya seperti Bogor, Sukabumi, Cianjur, dan Garut (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2016).

Wisatawan yang datang ke Kota Bandung akan membutuhkan fasilitas hotel sebagai pengganti tempat tinggal mereka dan tempat untuk beristirahat. Namun, Hotel saat ini bukan saja sebagai tempat untuk menginap, namun hotel sekarang sudah menjadi media untuk menyalurkan gaya hidup masyarakat yang semakin *modern*.

Segala fasilitas yang ditawarkan hotel saat ini sangat beragam dimana mereka menawarkan fasilitas dari aspek kesehatan, kuliner, *fashion*, kecantikan, media pertemuan bisnis, seminar, tempat berlangsungnya pesta pernikahan (resepsi), dan lain-lain. Dengan banyaknya hotel yang bermunculan membuat persaingan industri hotel semakin ketat. Hal ini membuat dorongan bagi hotel untuk terus mengeluarkan strategi-strategi baru demi mempertahankan konsumennya. Berikut terdapat Hotel Top Brand 2018 di Kota Bandung:

Tabel 1.2 Hotel Top Brand 2018

MERЕК	TBI	TOP
Amaris	25.7%	TOP
Fave Hotel	21.2%	TOP
Novotel	13.6%	TOP
Ibis Budget	11.7%	
Zodiak Hotel	4.9%	
Vio Hotel	4.9%	

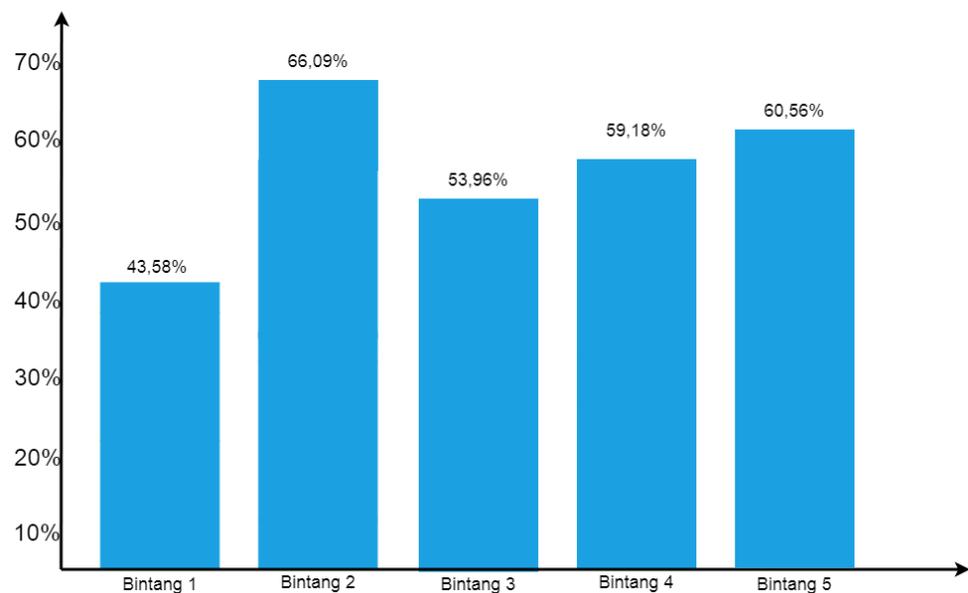
Sumber: topbrand-award (2018)

Pada Tabel 1.2 ini bahwa terdapat beberapa hotel dengan predikat Top Brand 2018 yang berada di Kota Bandung diantaranya yaitu Amaris Hotel, Fave Hotel, Novotel, Ibis, dan Zodiak Hotel, dan Vio Hotel. Data Hotel Top Brand 2018 menunjukkan bahwa hotel pada peringkat pertama adalah Amaris hotel. Hotel tersebut termasuk pada peringkat hotel berbintang dua.

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat menyatakan bahwa TPK (Tingkat Penghunian Kamar) hotel berbintang pada April 2017 mencapai 57,86%, naik 2,68 poin dibandingkan TPK Maret 2017 yang mencapai 55,18% (Budiman, 2017).

TPK tertinggi menurut kelas hotel bintang April 2017 tercatat pada hotel bintang dua sebesar 66,09%, diikuti oleh hotel bintang lima sebesar 60,56%, hotel bintang empat sebesar 59,18% dan hotel bintang tiga sebesar 53,96%. TPK terendah terjadi pada hotel bintang satu sebesar 43,58%, berikut grafik persentase kelas hotel berbintang periode 2017 (Budiman, 2017):

Persentase Kelas Hotel Berbintang 2017



Gambar 1.1 Persentase Kelas Hotel Berbintang 2017

Sumber: Budiman (2017)

Pada gambar 1.2 hotel bintang dua memiliki tingkat pengunjung tertinggi dibandingkan hotel berbintang lainnya pada April 2017. Hal yang paling utama dalam bisnis perhotelan itu adalah fasilitas hotel itu sendiri. Fasilitas hotel ini merupakan hal paling penting yang dilihat dari sisi konsumen, fasilitas yang biasanya hotel tawarkan melainkan kolam renang, tempat berolahraga (*gym*), *resto and café*, akses internet gratis, saluran televisi premium, *bathtub*, AC, sarapan gratis, layanan kopi dan teh gratis, layanan penjemputan serta harga.

Beberapa fasilitas kelas hotel bintang dua di Kota Bandung memiliki perbedaan. Perbandingan antar hotel bintang dua dapat menjadikan persaingan bagi industri perhotelan. Contohnya amaris hotel menawarkan harga kamar sebesar Rp.500.000 yang memiliki fasilitas berupa kolam renang berupa *kidspool indoor*, dan dapat memenuhi semua kebutuhan konsumen seperti menyediakan jaringan internet gratis, sarapan, ketersediaan kopi dan teh, serta layanan penjemputan. Sedangkan pada zodiak hotel, ibis budget, dan novotel fasilitas mereka dibanding dengan amaris masih jauh berbeda, tetapi ketiga hotel tersebut menawarkan harga yang kisarannya hampir sama dengan amaris. Namun fasilitas ketiga hotel tersebut tidak terdapat kolam renang, akses penjemputan, dan tidak mendapat sarapan. Dengan adanya fenomena tersebut konsumen lebih condong menginap di amaris hotel yang memiliki fasilitas lebih lengkap dengan harga yang hampir sama dibanding tiga hotel sejenis tersebut. Dengan demikian perusahaan perhotelan dapat membandingkan terlebih dahulu dengan perusahaan sejenis sebelum menawarkan fasilitas hotel bagi konsumen, dan juga perusahaan harus mengetahui preferensi konsumen. Karena konsumen hotel mencari fasilitas yang membuat nyaman bagi dirinya (IndoDestinasi, 2018).

Saat ini penelitian yang meneliti mengenai *costumer value index* dalam memilih hotel untuk meningkatkan pemahaman perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa hotel tentang industri yang menjanjikan ini masih minim. Fokus pada penelitian ini adalah mengetahui kombinasi atribut preferensi konsumen hotel tertinggi pada masyarakat yang ingin menikmati fasilitas hotel. Kombinasi atribut ini nantinya dapat menjadi nilai untuk mengembangkan strategi

perusahaan industri hotel yang dalam perkembangannya, konsumen semakin pintar dalam memilih layanan atau jasa yang digunakan.

Atribut yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah harga kamar, jaringan internet, sarapan, ketersediaan kopi dan teh, layanan penjemputan bandara, yang diambil dari penelitian terdahulu pada *International Journal of Contemporary Hospitality Management* tentang penelitian preferensi wisatawan China untuk fasilitas hotel yang dilakukan pada tahun 2017 (Kucukusta, 2017). Berdasarkan data diatas, hal tersebut mendasari penulis untuk melakukan penelitian berjudul “ANALISIS *CUSTOMER VALUE INDEX* DALAM MEMILIH ATRIBUT HOTEL DI KOTA BANDUNG.”

1.3 Rumusan Masalah

Tingginya daya saing pertumbuhan industri hotel di Kota Bandung, membuat para pendiri industri perhotelan sulit menentukan fasilitas yang dianggap penting bagi konsumen. Banyak hotel yang menawarkan fasilitasnya tidak menjadi preferensi konsumen. Dengan fenomena tersebut terdapat beberapa hotel di kota Bandung yang mendapat konsumen sangat banyak dan juga hotel yang mendapat konsumen sedikit. Maka dari itu preferensi konsumen menjadi nilai yang sangat penting untuk diketahui oleh pendiri industri perhotelan, agar bisnisnya dapat berjalan dengan baik. Dengan demikian saat ini masih sedikit penelitian yang meneliti *customer value index* dalam memilih atribut hotel untuk meningkatkan pemahaman tentang industri perhotelan ini. Atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih hotel masih belum sepenuhnya diketahui oleh sebagian perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa hotel. Masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah bagaimana *customer value index* dalam memilih hotel di Kota Bandung dilihat dari kombinasi hotel yang memiliki *customer value index* tertinggi, serta mengetahui *value driver* dari hotel.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka yang dijadikan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kombinasi atribut hotel mana yang akan menghasilkan *customer value index* tertinggi?
2. Atribut mana yang merupakan *value driver* dari hotel?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengukur kombinasi hotel yang menghasilkan *customer value index* tertinggi.
2. Mengukur *customer value index* serta mengetahui atribut yang merupakan *value driver* dari hotel.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dan juga dapat meningkatkan penerapan ilmu pemasaran pada perusahaan. Serta dapat menjadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik pembahasan yang serupa.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam melakukan strategi pemasaran dan di praktekan menjadi bahan pertimbangan perusahaan agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha dan dapat memberikan informasi mengenai *customer value index* bagi para pelaku industri pelayanan jasa hotel khususnya yang berada di Kota Bandung.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang *customer value index* hotel di Kota Bandung.

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada responden yang berada di wilayah Kota Bandung Jawa Barat, dan objek penelitiannya adalah hotel.

1.7.2 Waktu dan periode Penelitian

Penelitian ini berencana akan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 4 bulan, terhitung mulai dari bulan Oktober 2018 berakhir pada bulan Januari 2018. Penelitian ini terbagi dalam beberapa bagian, yaitu survei pendahuluan, usulan penelitian, penyebaran kuesioner, pengolahan data, analisis data, hingga penyelesaian penelitian.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan, terdiri dari lima bab dan terbagi ke dalam beberapa sub bab. Secara sistematis penulisan tugas akhir ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan hasil kajian kepustakaan tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan terkait dengan masalah yang diteliti yang terdiri dari teori umum dan pembahasan mengenai hasil-hasil penelitian sejenis yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Juga terdapat kerangka pemikiran yang akan menjadi dasar dalam penyusunan tugas akhir ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian membahas langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini. Langkah yang akan dilakukan meliputi uraian tentang pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi rangkuman hasil penelitian secara keseluruhan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang berupa kesimpulan dan disertai dengan saran.