

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1.1.1 Profile Putri Duyung Resort**

Putri Duyung Resort diresmikan pada 2 Agustus 1973, didirikan di atas area lebih dari 7 hektar. Putri Duyung Resort berada di pesisir laut Ancol Jakarta Utara yang menjadi bagian dari kompleks taman hiburan terkenal yaitu Taman Impian Jaya Ancol yang didalamnya juga terdapat Dunia Fantasi, Sea World Ancol, Atlantis Water Adventure, Ocean Dream Samudra yang merupakan bagian dari perusahaan PT. Pembangunan Jaya Ancol.



**Gambar 1.1 Putri Duyung Resort**

*Sumber : Putri Duyung Resort (2020)*

Putri Duyung merupakan satu satunya resort tepi pantai di Jakarta yang memiliki gaya unik berbentuk *cottages* yang menjadi ikon pariwisata milik taman impian jaya Ancol. Putri Duyung Resor memiliki 131 *cottage* dengan fasilitas cukup lengkap diantaranya ruang serba guna, ruang rapat, lokasi pesta pantai, area bermain anak, juga memiliki jembatan chapel yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung dikarenakan bisa berfoto langsung menuju tengah laut. Putri Duyung memiliki fasilitas restoran dengan nama Nyiur yang didesain sangat nyaman dengan pemandangan lepas pantai dan pasir putih. Selain itu juga menawarkan beberapa

fasilitas tempat olahraga seperti kolam renang, tenis meja, lapangan voli, area bersepeda yang disediakan lengkap dengan sepeda dan jogging track.

Arsitektur Putri Duyung kental dengan perpaduan gaya posmo dan romantisme Indonesia Timur, dimana atap bangunan berbentuk geometri seperti rumah adat Indonesia Timur yang ditata selaras dengan lingkungan pantai. Resort ini dibangun berjajar rapi di tepi pantai dengan dengan mengusung konsep *cottage*, yang mana pada setiap *cottage* diberi nama sesuai dengan biota laut. Resort yang menghadap langsung dengan tepi pantai ini, membuat para pengunjung yang menginap di resor ini dapat menikmati eksotisme keindahan laut terutama saat matahari terbit.

Putri Duyung Ancol pada tanggal 15 september 2011 meresmikan ruang serbaguna bernama Candi Bentar Convention Hall yang berkapasitas 2000 orang dan memiliki 5 ruangan pertemuan guna memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mengadakan resepsi pernikahan atau pertemuan lainnya.

### 1.1.2 Logo



**Gambar 1.2 Logo Putri Duyung Resort**

Sumber : *Putri Duyung Resort (2020)*

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata di Indonesia beberapa tahun belakangan ini tumbuh pesat, hal ini dikarenakan Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat luar biasa yang bisa memikat turis untuk berkunjung ke Indonesia (Ocktavianny, 2019). DKI Jakarta

merupakan provinsi dengan potensi pariwisata yang cukup menarik bagi wisatawan domestik dan mancanegara, hal tersebut dikarenakan banyaknya tempat yang dapat dikunjungi di Jakarta (Portal Satatistik Sektoral Provinsi DKI Jakarta, 2018). Data mengenai kedatangan wisatawan ke provinsi DKI Jakarta dapat dilihat dari Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Kedatangan Wisatawan Ke Provinsi DKI Jakarta**

Tahun	Jumlah wisatawan	Pertumbuhan
2015	2.377.226	2,50
2016	2.512.005	5,61
2017	2.658.055	5,81
2018	2.813.411	5,84
2019	2.421.124	-13,94

Sumber: *Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2019)*

Tabel 1.1 merupakan tabel mengenai data kunjungan wisatawan yang berkunjung ke DKI Jakarta dimana rata-rata pada tiap tahunnya mengalami kenaikan. Kecuali pada tahun 2019 mengalami sedikit penurunan sebesar 13,94%. Banyaknya jumlah kedatangan wisatawan dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dengan mencari peluang dari industri yang berhubungan langsung dengan wisatawan, salah satu caranya yaitu dengan membangun hotel (PT Cipta Piranti Sejahtera, 2020). Erat kaitanya industri perhotelan dengan kepariwisataan, dimana hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan yang hidup dan kehidupannya tergantung pada jumlah wisatawan yang datang (Handra, 2015).

**Tabel 1.2 Akomodasi Hotel Di DKI Jakarta**

Klasifikasi	Jumlah	Kamar
Bintang 1	29	3.945
Bintang 2	88	12.933
Bintang 3	166	22.907
Bintang 4	73	11.463
Bintang 5	41	4.551
Non Bintang	594	18.605

Sumber: *Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2020)*

Tingginya wisatawan yang berkunjung membuat adanya hotel dengan berbagai jenis klasifikasi. Berdasarkan Tabel 1.2 akomodasi hotel berbintang paling banyak di DKI Jakarta adalah hotel bintang 3, menggambarkan ketatnya persaingan di klasifikasi tersebut. Salah satu hotel bintang 3 di Jakarta adalah Putri Duyung Resort milik PT Pembangunan Jaya Ancol TBK, yang mana PT Pembanguna Ancol TBK memiliki beberapa bidang usaha. Diantaranya tujuh bidang pada segmen pariwisata, enam bidang pada segmen properti, empat bidang pada segmen resort dan sembilan bidang pada segmen kuliner, semua segmen bidang usaha tersebut berada dalam satu lingkungan yaitu berada di kawasan terpadu taman impian jaya ancol. Dari banyaknya segmen bidang usaha yang dimiliki, Putri Duyung Resort merupakan perusahaan yang termasuk pada segmen resort. (PT Pembangunan Jaya Ancol TBK, 2019). Pada saat ini banyak hotel dengan berbagai jenis klasifikasi, berikut merupakan beberapa hotel bintang 3 yaitu Tune Hotel Pasar Baru, Fave Hotel Pasar Baru dan NEO Hotel, yang bersaing pada klasifikasi yang sama dengan Putri Duyung Resort (Handra, 2015).

Penggunaan internet di Indonesia selalu meningkat tiap tahun nya, dimana dari tahun 2017 ke tahun 2018 terdapat peningkatan sebanyak 27,9 juta pengguna internet. Pada tahun 2018 terdapat 177,17 juta pengguna internet dari total penduduk Indonesia sebanyak 224,14 juta orang, yang mana lebih dari 50% penduduk indonesia menggunakan internet (Hartono, 2019). Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi milenial, yang mana pada urutan pertama berumur 15-19 tahun dengan persentase mencapai 91%, lalu pada urutan kedua ada pada umur 20-24 tahun dengan persentase 88,5%, lalu urutan ketiga berumur 25-29 tahun dengan persentase 82,7%, pada urutan keempat ada pada umur 30-34 tahun dengan persentase 76,5%, dan pada urutan kelima berumur 35-39 tahun dengan persentase 68,5% (Hartono, 2019). Sehingga pada penelitian ini akan lebih berfokus pada generasi milenial ini.

Pertumbuhan pada industri perhotelan menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar perusahaan pada industri perhotelan, membuat pihak hotel harus memiliki strategi bersaing (Beritasatu, 2012). Strategi bersaing harus dilakukan

perusahaan untuk menarik minat konsumen, salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam menarik minat beli bisa dilakukan dengan pemasaran yang baik (liputan6, 2021).

Saat ini internet sudah seperti kebutuhan primer setiap orang, karena manfaatnya yang bisa mempermudah dan mengefisienkan apapun jenis aktivitasnya, baik dari segi komunikasi, hiburan hingga bisnis (Astuti, 2020). Dari adanya internet tersebut maka Putri Duyung Resort menggunakan salah satu strategi bersaingnya yaitu dengan strategi komunikasi pemasaran dengan menerapkan sistem *digital marketing* (Putri Duyung Resort, 2020). Putri Duyung Resort menggunakan beberapa media sebagai alat untuk melakukan pemasaran digital yaitu sebagai berikut instagram sejak 3 Juli 2014, youtube sejak 8 Desember 2017, *facebook* sejak 8 Maret 2019, *website* resmi sejak 2020 (Putri Duyung Resort, 2020).

Dimana kebanyakan untuk setiap hotel yang di dalamnya terdapat resto, Putri Duyung Resort juga memiliki nyiur resto untuk menyediakan hidangan para tamu hotel nya tetapi selain untuk tamu hotel konsumen yang tidak memboking hotel pun bisa berkunjung hanya untuk sekedar makan di restoran nyiur tersebut (Putri Duyung Resort, 2020). Berikut merupakan data mengenai okupansi atau pembokingan hotel Putri Duyung Resort:

**Tabel 1.3 Okupansi Putri Duyung Resort**

Tahun	Okupansi	Pertumbuhan
2014	49%	-17%
2015	39%	-10%
2016	44%	5%
2017	51%	7%
2018	61%	10%
2019	54%	-7%

Sumber: *PT Pembangunan Jaya Ancol TBK (2019)*

Menurut Sitemap (2021) mengemukakan mengenai pengertian okupansi pada hotel yaitu banyaknya unit yang dihuni atau dilakukan pembokingan oleh seseorang. Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuatif pada tingkat okupansi pada Putri Duyung Resort. Okupansi Putri Duyung pada tahun 2014 terjadi penurunan

pembokingan sebanyak 17% dan 2015 sebanyak 10%, lalu terjadi kenaikan pada tahun 2016 sebesar 5%, 2017 sebesar 7% dan 2018 sebesar 10%, lalu terjadi penurunan Kembali pada tahun 2019 sebanyak 7% (PT Pembangunan Jaya Ancol TBK, 2019).

Menurut Alouw et al., (2021) mengatakan bahwa okupansi yaitu suatu keadaan untuk mengukur persentase dari banyaknya kamar yang terjual, dengan dibandingkan seluruh jumlah kamar yang ada. Menurut Chiristiono dalam Alouw et al. (2021) menyebutkan bahwa okupansi merupakan tolak ukur keberhasilan hotel dalam menjual produknya. Sedangkan menurut Kurniaputri & Usma (2020) minat beli seringkali dijadikan istilah secara luas sebagai prediksi konsumen dalam membeli produk. Maka dari data yang diambil dari laporan keuangan (PT Pembangunan Jaya Ancol TBK, 2019) mengenai tingkat okupansi hunian atau pembokingan Putri Duyung Resort, dapat dijadikan gambaran untuk melihat minat beli konsumen pada Putri Duyung Resort.

Menurut Priansa (2017) mengatakan bahwa minat beli adalah keadaan dimana terjadinya pemusatan perhatian terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan rasa ketertarikan terhadap barang atau jasa tersebut, kemudian individu tersebut memiliki minat atau keinginan sehingga menimbulkan perasaan yakin terhadap barang tersebut bahwa barang tersebut bahwa memiliki manfaat sehingga individu tersebut melakukan untuk melakukan pembayaran. Pendapat lain dikemukakan oleh Shahnaz & Wahyono (2016) bahwa minat beli adalah dimana konsumen akan melakukan pembelian dengan melalui proses pencarian informasi dari berbagai sumber. Ketertarikan konsumen terhadap barang dan jasa belum tentu membuat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang dijual.

Menurut Chaffey & Chadwick (2016) mengemukakan bahwa *Digital marketing* yaitu cara perusahaan untuk mencapai pemasaran produknya, demi mendukung keberhasilan perusahaan melalui penerapan teknologi, media, seluler dan Tv Interaktif. Pendapat lain menurut Sa'diyah et al. (2019) mengatakan bahwa *digital marketing* atau sering disebut pemasaran online adalah kegiatan mempromosikan produk atau merek melalui berbagai bentuk di media elektronik.

Menurut Andrian (2019) mengatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penjelasan lain dikemukakan oleh Sa'diyah et al. (2019) mengatakan bahwa apabila *digital marketing* dilakukan dengan baik dan menarik maka akan lebih menimbulkan minat pembeli untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Fenomena tentang adanya perkembangan pariwisata yang semakin meningkat di Indonesia, terjadinya fluktuatif pada okupansi Putri Duyung Resort dan tingginya pengguna internet di Indonesia pada generasi milenial tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini. dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Putri Duyung Resort (Survei Pada Generasi Milenial)”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap *digital marketing* Putri Duyung Resort?
2. Bagaimana minat beli konsumen pada Putri Duyung Resort?
3. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen Putri Duyung Resort?
4. Apakah alat dalam *digital marketing* yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen Putri Duyung Resort?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai *digital marketing* Putri Duyung Resort.
2. Untuk mengetahui minat beli konsumen pada Putri Duyung Resort.
3. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen pada Putri Duyung Resort.

4. Untuk mengetahui alat dalam *digital marketing* yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen Putri Duyung Resort.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi wawasan keilmuan di bidang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *digital marketing* yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan masukan bagi Putri Duyung Ancol Resort untuk membuat strategi yang lebih baik dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap Putri Duyung Resort.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka teoritis.

### **c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini akan menguraikan mengenai karakteristik responden hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

#### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.