

# BAB 1

## PENDAHULUAN

---

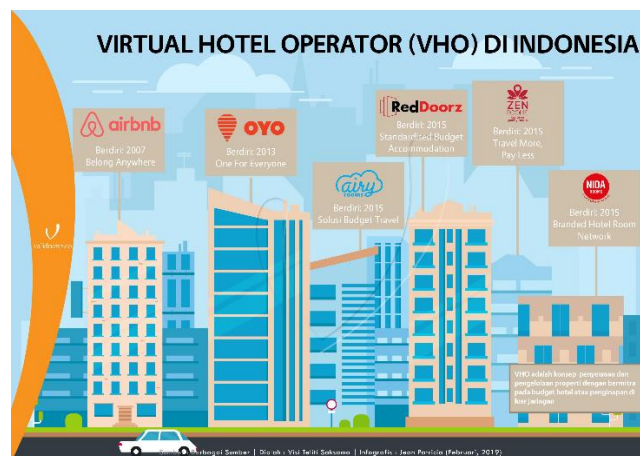
### 1.1 Latar Belakang

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota yang memiliki jumlah pengunjung pariwisata yang signifikan. Dengan adanya fakta tersebut, Kota Bandung mempunyai posisi sebagai salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki jumlah hotel dan fasilitas akomodasi paling banyak. Menurut data yang dirilis oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTSP) pada tahun 2019, terdapat sebanyak 488 hotel di Kota Bandung. Selain itu, data dari salah satu *online travel agent* (OTA), menunjukkan bahwa jumlah akomodasi seperti hotel, apartemen, dan jenis akomodasi lainnya di Kota Bandung mencapai sekitar 2.687. Informasi tersebut disampaikan oleh Laila Firdhous selaku Kepala Dinas BPMPTSP dalam acara audiensi Wali Kota Bandung dengan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Adanya peningkatan Industri Pariwisata di Kota Bandung telah memudahkan para wisatawan, dengan tersedianya berbagai jenis akomodasi yang beragam, seperti hotel, hostel, dan resort. Selain itu, Industri Perhotelan juga dihadapkan dengan perkembangan teknologi terbaru, yaitu Virtual Hotel Operator (VHO).

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah mendorong dimulainya bentuk baru bisnis perhotelan yang dikenal sebagai VHO. Konsep hotel ini dalam beberapa tahun terakhir berhasil menarik manajemen hotel dan kerjasama dari berbagai akomodasi pengusaha (Ervina,dkk 2021). VHO merupakan salah satu bentuk hotel yang sedang tren saat ini, dengan manajemen secara virtual. VHO adalah platform online yang menyediakan daftar akomodasi bekerja sama dengan berbagai hotel untuk menyediakan fasilitas standar dan kualitas layanan kepada tamu dengan harga yang relatif terjangkau (Ervina,dkk 2021). VHO tidak memiliki bangunan sendiri, namun bekerja sama dengan pemilik hotel untuk memberikan solusi akomodasi yang praktis dan efektif. Kehadiran VHO menjadi semakin populer karena perkembangan teknologi dan penggunaan *smartphone*

yang semakin pesat. Dengan menggunakan aplikasi VHO, calon tamu hotel dapat dengan mudah mengakses dan memesan kamar.

VHO menawarkan harga yang terjangkau, kualitas yang baik, dan juga lokasi yang disukai wisatawan. Ketika melakukan perjalanan, wisatawan sering mempertimbangkan kualitas akomodasi yang baik, namun harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama. Selain itu, lokasi yang terdekat dengan tempat wisata juga menjadi faktor penting dalam memilih akomodasi oleh karena itu, wisatawan cenderung memilih akomodasi yang terjangkau dan dekat dengan lokasi wisata yang mereka kunjungi.



**Gambar 1.1**  
**Virtual Hotel Operator di Indonesia**  
 Sumber : Validnews.id

Perkembangan VHO dimulai dengan munculnya OYO di Negara India, pada tahun 2013. Konsep tersebut mendapat sambutan positif dari banyak orang yang membutuhkan akomodasi dengan harga terjangkau. Saat ini, OYO telah memiliki lebih dari 2,9 juta mitra di 191 negara. Di Indonesia, konsep penginapan VHO mulai muncul dengan nama NidaRooms pada tahun 2015, dengan slogan Branded Hotel Room Network. Selain di Indonesia, Nida Rooms juga beroperasi di negara-negara Asia lainnya seperti Singapura, Thailand, dan Malaysia. Selain Nida Rooms, platform VHO lainnya yang berkembang di Indonesia termasuk Oyo, Reddoorz, AiryRooms, dan ZenRooms. Namun, NidaRooms dan Zenrooms kabarnya sudah tidak beroperasi di Indonesia.

Perkembangan VHO terjadi di banyak kota di Indonesia, termasuk di Kota Bandung. Pada tahun 2016, VHO sangat *booming* di Kota Bandung dengan adanya kemunculan brand OYO, namun terjadi penurunan jumlah okupansi VHO di Kota Bandung. Pada tahun 2019, Wijaya, sebagai Country Head OYO Indonesia, menyampaikan, OYO Indonesia memiliki lebih dari 3000 mitra properti yang menyediakan 45.000 kamar di 150 kota. Namun, pada bulan Agustus 2020, tingkat okupansi mitra properti OYO turun hingga 70% dari kondisi normal di awal pandemi Covid-19, sehingga muncul pertanyaan mengapa hal tersebut terjadi dan apa faktor yang mempengaruhi keputusan calon tamu untuk memilih VHO.

Perilaku wisatawan dalam memilih akomodasi, terutama hotel, sangat dipengaruhi oleh keputusan membeli. Industri hotel perlu memahami karakteristik perilaku tamu dalam memilih hotel yang akan mereka pilih untuk menginap. Menurut Kotler dan Keller pada tahun 2016, faktor-faktor pribadi seperti karakteristik seseorang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor ini mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan keadaan ekonomi. Segala faktor tersebut memiliki peran yang signifikan dalam membentuk preferensi dan keputusan konsumen dalam membeli produk atau layanan.

Analisis mengenai tingkah laku tamu menjadi hal yang sangat penting dan esensial bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan tamu dan meningkatkan kualitas sebuah produk dan jasa yang ditawarkan. Informasi mengenai perilaku tamu juga membantu sebuah perusahaan dalam mengembangkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam merebut pangsa pasar. Setiap tamu memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga penilaian terhadap produk dan jasa yang ditawarkan juga berbeda-beda. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami perilaku dan karakteristik calon tamu hotel untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih untuk menginap di VHO. Dalam hal ini, perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang menjadi prioritas bagi tamu dalam memilih akomodasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah

1. Bagaimana karakteristik tamu yang menginap melalui VHO di Kota Bandung?
2. Bagaimana keputusan tamu menginap melalui VHO di Kota Bandung berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016)?
3. Bagaimana hubungan antara karakteristik dengan keputusan menginap tamu melalui VHO di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan karakteristik demografi tamu yang dapat diperoleh jawabannya dari penyelesaian rumusan masalah, yakni :

1. Menganalisis karakteristik tamu menginap di VHO di Kota Bandung.
2. Menganalisis keputusan tamu menginap di VHO berdasarkan teori keputusan menginap yang dikemukakan oleh Kotler & Keller.
3. Menganalisis hubungan karakteristik dengan keputusan menginap tamu di VHO di Kota Bandung.

### **1.4 Batasan Masalah**

Agar dalam pembahasan penelitian tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka batasan masalah penelitian ini, hanya akan berfokus pada karakteristik demografi yang mempengaruhi keputusan sebuah tamu untuk menginap di sebuah VHO di Kota Bandung.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dapat dipetik dari pemecahan masalah yang didapat dari penelitian. Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi Industri  
Penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan preferensi konsumen berdasarkan karakteristik konsumen, sebuah VHO juga dapat melakukan pengembangan produk, layanan, dan strategi pemasaran yang lebih

efektif, dan pengembangan produk dan layanan yang lebih baik sesuai dengan permintaan pasar.

Penelitian ini juga dapat membantu pihak VHO dalam mengetahui apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan calon tamu maupun tamu *repeater* berdasarkan karakteristik demografi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan manfaat bagi VHO mengenai pemahaman tentang perilaku tamu VHO, sehingga dapat dijadikan strategi pemasaran hotel tersebut.

b. Bagi Wisatawan

Dengan penelitian ini, wisatawan atau calon konsumen dapat mengetahui adanya jenis hotel yang memiliki harga yang terjangkau dengan fasilitas yang memadai. Konsumen yang ingin menginap di VHO juga dapat mengetahui kemudahan dalam memesan akomodasi, serta mengetahui informasi mendalam tentang VHO.

c. Bagi pemerintah

Kegunaan penelitian yang membahas tentang VHO ini bagi pemerintah, berfokus pada kebijakan dan pengembangan pariwisata di wilayah tertentu, khususnya di wilayah yang penulis teliti yaitu di Kota Bandung. Penelitian VHO dapat membantu pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata yang berkelanjutan, data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk mengetahui permintaan pasar pariwisata, serta menganalisis pola kunjungan wisatawan ke suatu daerah.

2. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian ini, yaitu dapat memprediksi apa saja yang menjadi faktor calon tamu hotel dalam memutuskan untuk menginap di VHO. Kegunaan teoritis selanjutnya, dapat memberikan wawasan di bidang Pariwisata dan Perhotelan. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman tentang berbagai macam karakteristik demografi tamu-tamu di hotel, dan bagaimana perbedaan setiap karakteristik dalam membuat sebuah keputusan menginap melalui VHO di Kota Bandung.