

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hari ini berwisata menjadi suatu kebutuhan penting bagi masyarakat. Tidak hanya bagi masyarakat menengah ke atas tetapi juga bagi yang menengah ke bawah. Dengan melakukan wisata masyarakat dapat melepaskan rasa penat walaupun hanya sejenak. Berbagai pilihan untuk berwisata pun sudah banyak tersedia. Mulai dari berwisata dengan biaya yang tinggi hingga pilihan untuk berwisata tanpa biaya sepeserpun atau gratis, walaupun tentunya ada perbedaan yang didapatkan dari pilihan-pilihan tersebut. Namun demikian, wisata tidak pernah terlepas dari istilah 'pariwisata'. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 (2009) pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Indonesia sebagai negara keempat paling indah di dunia (Setyawan, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/08/01/negara-indonesia-berada-di-posisi-ke-4-sebagai-negara-terindah-di-dunia-versi-situs-first-choice>, akses 13 Februari 2017) tentu menjadi salah satu negara yang cukup banyak dikunjungi untuk berwisata, baik oleh turis lokal maupun turis mancanegara. Bahkan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia terus meningkat tiap tahunnya.



Gambar I.1

Foreign Visitors Trend To Indonesia, 2000 – 2014

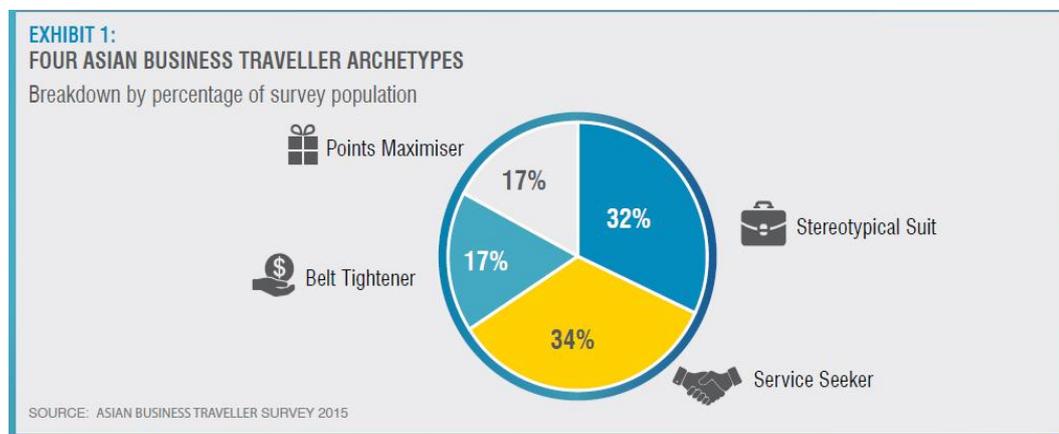
Sumber: <http://www.tradingeconomics.com>

Gambar di atas merupakan grafik yang menunjukkan adanya peningkatan wisatawan yang datang ke Indonesia tiap tahunnya. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan tersebut membuat pariwisata tidak hanya sekedar menjadi aktifitas, tetapi saat ini juga sudah menjadi suatu industri yang cukup menjanjikan. Menurut Hakim (Among Makarti, 2010: 71), industry pariwisata adalah kumpulan usaha yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Salah satu jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam berwisata adalah jasa akomodasi. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia maka perlu adanya peningkatan jumlah penyedia jasa akomodasi maupun peningkatan dalam segi kualitas layanan. Menurut SK Menteri Pariwisata (1986), akomodasi adalah suatu tempat penginapan yang dilengkapi pelayanan

lainnya seperti layanan makan dan minum, jenis-jenis akomodasi antara lain hotel, bungalow, losmen.

Wisatawan memiliki beberapa tipe dalam menentukan hotel yang ingin dipilih untuk dijadikan tempat menginap. Ada wisatawan yang lebih memilih suatu hotel karena ingin mendapatkan kualitas pelayanan yang maksimal. Tapi ada juga wisatawan yang lebih memilih hotel karena biayanya lebih terjangkau.

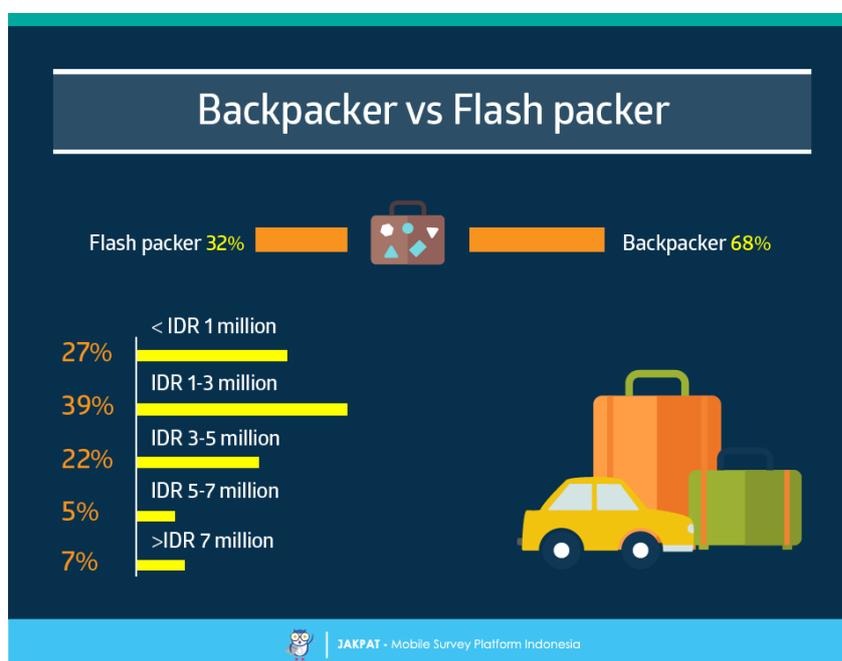


Gambar I.2
Four Asian Business Traveller Archetypes
 Sumber: Asian Business Traveller Survey 2015

Gambar di atas menunjukkan bahwa setidaknya ada 17 % orang Asia yang lebih memilih hotel dengan harga terjangkau saat melakukan wisata bisnis. Walau masih lebih banyak wisatawan yang tetap menginginkan menginap di hotel yang memiliki kualitas baik, namun angka 17 % bisa menjadi ceruk pasar yang harus disediakan juga jasanya

Untuk memenuhi pasar wisatawan yang menginginkan biaya penginapan terjangkau maka beberapa perusahaan hotel memiliki unit hotel yang menyediakan kamar-kamar dengan biaya lebih murah dibandingkan hotel

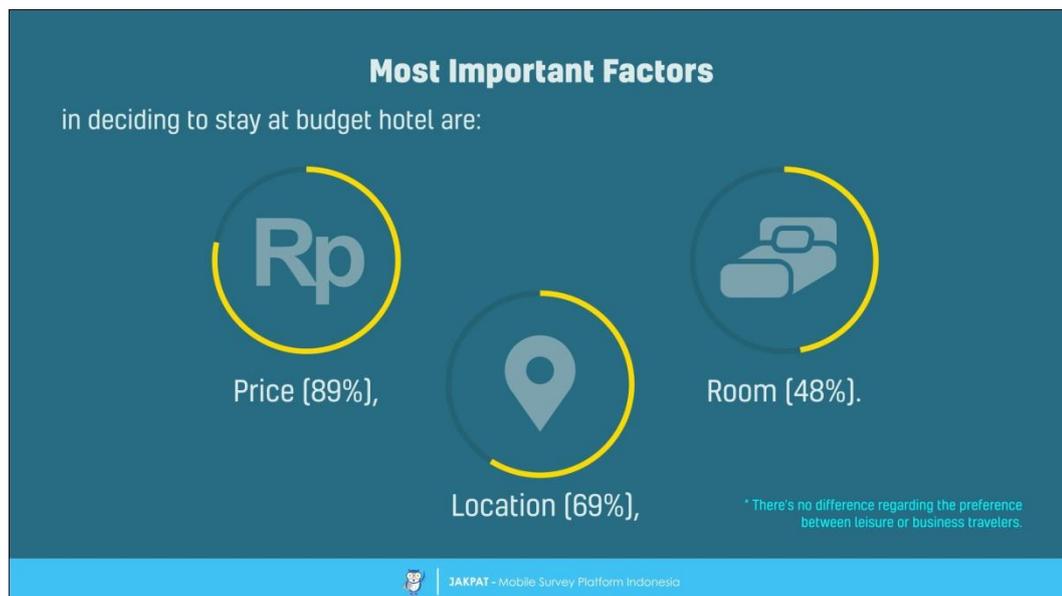
induknya. Hotel dengan biaya yang lebih murah tersebut dinamakan hotel *budget*. Nuzirman Nurdin (<http://www.jualhotel.net/2013/03/berapa-besar-peluang-bisnis-hotel-budget.html>, akses 28 Februari 2017) selaku kepala hubungan investor Bakrieland mengatakan bahwa hotel *budget* memiliki peluang pasaryang besar karena tingginya permintaan terutama dari pasar wisatawan domestik.



Gambar I.3
Backpacker vs Flash Packer
Sumber: <https://blog.jakpat.net>

Gambar di atas menunjukkan statistik bahwa wisatawan domestik Indonesia lebih cenderung memilih layanan berwisata dengan biaya yang lebih murah. Setidaknya ada 68% wisatawan yang lebih senang melakukan perjalanannya dengan gaya *backpacker* (*budget oriented*) dari pada *flash packer* (*experience oriented*).

Namun, bukan berarti mereka yang memutuskan untuk menginap di hotel *budget* tidak mempertimbangkan kualitas layanan serta kenyamanan dalam menginap. Beberapa di antara mereka tetap menjadikan kondisi ruang kamar sebagai faktor pengambilan keputusan mereka menginap di suatu hotel.



Gambar I.4
Most Important Factors in Deciding to Stay at Budget Hotel
Sumber: <https://blog.jakpat.net>

Gambar di atas menjelaskan bahwa ada 48% pengunjung hotel *budget* yang menyatakan bahwa ruangan menjadi faktor terbesar mereka dalam memutuskan hotel *budget* yang akan mereka pilih (<https://blog.jakpat.net/what-do-indonesia-seek-in-budget-hotel/> Diakses 2 Maret 2017). Artinya penyedia jasa hotel *budget* juga tetap harus memperhatikan kualitas pelayanan hotel bentuk fisik kamar hotel yang baik dan nyaman, tidak hanya sekedar menawarkan biaya yang murah.

Melihat potensi pasar hotel *budget* yang cukup baik ini, maka beberapa perusahaan hotel pun membuka unit layanan baru untuk memenuhi permintaan

pasar. Salah satu grup perusahaan hotel yang juga membuka unit layanan hotel *budget* adalah Santika Indonesia Hotels & Resorts, dengan hotel *budget*nya yang bernama Amaris Hotel. Hotel yang pertama didirikan pada tahun 2007 ini dikenal dengan konsep *bed & breakfast*nya, serta bangunannya yang *echic* dan *colorfull*. Saat ini Hotel Amaris sudah memiliki 43 unit hotel yang tersebar di kota-kota besar di seluruh Indonesia dan satu unit di Singapura. (Poerwanto, <http://bisniswisata.co.id/the-best-budget-hotel-diraih-hotel-amaris/>, akses pada 28 Maret 2017).

Amaris Hotel merupakan salah satu hotel *budget* terbaik di Indonesia. Bahkan pada tahun 2014, Amaris mendapatkan penghargaan sebagai *the best budget hotel* dalam ajang Indonesia MICE Award 2014. Penghargaan ini didapat setelah Majalah Venue melakukan survey dan wawancara kepada 250 koresponden terpilih (Poerwanto, <http://bisniswisata.co.id/the-best-budget-hotel-diraih-hotel-amaris/>, akses pada 20 April 2017). Selain itu Amaris Hotel juga menempatkan diri di urutan pertama dalam Top Brand Award selama 4 tahun terakhir seperti pada tabel I.1 di bawah.

Tabel I.1
Top Brand Awards Kategori Hotel Budget 2013-2016
Sumber : <http://topbrand-award.com>

TAHUN 2013		TAHUN 2014		TAHUN 2015		TAHUN 2016	
MEREK	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI
Amaris	31,4%	Amaris	37,1%	Amaris	24,5%	Amaris	15,4%
Tune	4,7%	Whiz	7,7%	Ibis Budget	4,3%	Ibis Budget	15,1%
Formula One	4,6%	Fave	6,5%	POP	3,7%	Fave	6,5%
Whiz	4,4%	POP	5,2%	Fave	3,6%	POP	4,2%
		Formula One	3,8%	Tune	2,7%		
				Formula	1,9%		

Namun dalam empat tahun terakhir sebagaimana yang tertera pada tabel di atas, *Top Brand Index* Amaris Hotel terus mengalami penurunan dibandingkan dengan para kompetitornya. Bahkan di tahun 2016 *Top Brand Index* Amaris Hotel hanya selisih 0,3% dengan Hotel Ibis Budget. *Top Brand Index* sendiri terdiri dari tiga parameter yakni *top of mind share*, *top of market share* dan *top of commitment share* (<http://www.topbrand-award.com/faq> Diakses 9 April 2017). Dengan adanya *market share* dan *commitment share* sebagai parameter *top brand*, *market share* menunjukkan bahwa presentase tamu yang berkunjung ke Amaris Hotel berkurang dibandingkan pelanggan yang berkunjung ke hotel lainnya, dan *commitment share* menunjukkan turunnya jumlah tamu yang pernah menginap di Amaris Hotel untuk menginap kembali di hotel tersebut.

Tabel I.2

Hotel Dengan Tingkat Kualitas Pelayanan Terbaik Kategori Value Hotel 2017

Sumber : <http://kompas.com>

No	Bali	Jawa Timur	Yogyakarta	Jawa Barat	Jakarta
1.	Kuta Majesty Hotel	POP! Hotel Stasiun Kota Surabaya	Amaris Hotel Diponegoro Jogja	Tibera Taman Cibeunying Bandung	Topaz Residence Jakarta
2.	Serela Kuta Bali	Amaris Hotel Malang	Laxston Hotel by Front One	Sentra Inn Bandung	D'primahotel WTC Mangga Dua Jakarta
3.	Berry Hotel Kuta by Avilla Hospitality	Nite & Day Surabaya Gunungsari	Midtown Xpress Demangan Jogja Hotel	Hotel Amaris Pakuan Bogor	Amaris Hotel Dr Susilo Grogol Jakarta

Traveloka sebagai *online travel agent* pada tahun 2017 melakukan beberapa survey terhadap hotel di lima wilayah di Indonesia. Yang pertama adalah survey tentang hotel dengan pelayanan terbaik. Dari lima daerah tersebut, Amaris Hotel berada di peringkat pertama untuk wilayah Yogyakarta, peringkat dua untuk

wilayah Jawa Timur, dan hanya peringkat tiga di wilayah Jawa Barat dan Jakarta dalam kategori *value hotel*.

Tabel I.3
Hotel Paling Bersih Kategori Value Hotel 2017
Sumber : <http://kompas.com>

No	Bali	Jawa Timur	Yogyakarta	Jawa Barat	Jakarta
1.	Bayt Kaboki Hotel Bali	Arjuna Hotel Batu City Batu	Puri Chorus Hotel	Red Planet Bekasi	Happy Inn Melawai
2.	Tanaya Bed & Breakfast Bali	Citihub Hotel @Tunjungan Surabaya	Sky Hotel Jogja	Hotel Citradream Bandung	M Hotel Jakarta
3.	Losari Sunset Hotel Bali	Cleo Hotel Walikota Mustajab Surabaya	POP! Hotel Malioboro	Malaka Hotel Bandung	Hotel Zia Shiro I Shika Jakarta

Kemudian survey lainnya yang dilakukan oleh Traveloka terhadap hotel adalah survey tentang hotel paling bersih di lima wilayah di atas. Data di atas menunjukkan bahwa tidak ada satu pun Amaris Hotel di lima wilayah yang berada di tiga peringkat teratas dalam kategori yang sama. Padahal kebersihan merupakan salah satu indikator dari *servicescape* suatu hotel.

Tabel I.4
Hotel Tingkat Kepuasan Paling Tinggi Kategori Value Hotel 2017

No	Bali	Jawa Timur	Yogyakarta	Jawa Barat	Jakarta
1.	Bayt Kaboki Hotel Bali	Arjuna Hotel Batu City Batu	Puri Chorus Hotel	Red Planet Bekasi	Happy Inn Melawai
2.	Tanaya Bed & Breakfast Bali	Citihub Hotel @Tunjungan Surabaya	Sky Hotel Jogja	Hotel Citradream Bandung	M Hotel Jakarta
3.	Losari Sunset Hotel Bali	Cleo Hotel Walikota Mustajab	POP! Hotel Malioboro	Malaka Hotel Bandung	Hotel Zia Shiro I Shika Jakarta

Sumber : <http://kompas.com>

Dan yang terakhir merupakan survey tentang hotel dengan tingkat kepuasan paling tinggi. Dari data di atas ternyata Amaris Hotel hanya berada di peringkat pertama untuk wilayah Bali dalam tiga urutan teratas di lima wilayah berbeda.

Data-data di atas menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan, tingkat kebersihan serta tingkat kepuasan tamu terhadap Amaris Hotel tidak begitu tinggi dibandingkan hotel-hotel lainnya yang berada di kelasnya.

Dari sekian banyak unit Amaris Hotel di Indonesia terdapat satu unit hotel yang terletak di wilayah Senen, Jakarta Pusat. Hotel Amaris yang berada di Senen menyuguhkan akomodasi minimalis yang nyaman di kawasan Jakarta Pusat. Mengusung desain ceria khas Amaris Hotel, hotel bintang 2 ini memiliki total 72 kamar dengan dekorasi minimalis untuk wisatawan maupun pebisnis. Setiap kamar memiliki kulkas, TV, pendingin udara, peralatan mandi serta koneksi internet Wi-Fi gratis.

(https://www.pegipegi.com/hotel/jakarta/amaris_hotel_senen_967388/?errorNotification=no_inventory, akses pada 28 Maret 2017)



Gambar I.5
Gambar Amaris Hotel di Pasar Senen
Sumber: <https://amarishotel.com>

Berdasarkan fenomena mengenai hotel *budget* serta didukung oleh data-data yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini berjudul : “**Pengaruh *Service Quality* dan *Servicescape* Terhadap *Behavioral Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening* (Survey Pada Amaris Hotel Senen, Jakarta Pusat)**”.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Amaris Hotel?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada Amaris Hotel?
3. Apakah *servicescape* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Amaris Hotel?
4. Apakah *servicescape* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada Amaris Hotel?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada Amaris Hotel?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada Amaris Hotel?
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *behavioral intention* pada Amaris Hotel?

3. Untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap *customer satisfaction* pada Amaris Hotel?
4. Untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap *behavioral intention* pada Amaris Hotel?
5. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention* pada Amaris Hotel?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku industri jasa hotel dalam menjalankan usahanya yang sesuai dengan kondisi pasar.
- b. Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu pemasaran jasa, terutama dalam variabel variabel yang digunakan oleh penulis.
- c. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *service quality*, *servicescape* terhadap *behavioral intention* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening* dalam industri hotel

2. Manfaat praktis

Sedangkan secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

- a. Untuk peneliti: Dengan penelitian ini, penulis dapat mendapatkan pengetahuan lebih dalam tentang topik hotel *budget* pada industri perhotelan.
- b. Untuk praktisi: Diharapkan penelitian bisa memberikan informasi bermanfaat tentang pengaruh *service quality*, *servicescape* terhadap *behavioral intention* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening* dalam hotel *budget*
- c. Untuk pembaca: Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian lainnya dengan topik yang mirip.