

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hotel adalah sebuah kawasan hunian dengan pelayanan, kenyamanan dan pilihan akomodasi bagi yang menginginkan akomodasi untuk keperluan keluarga atau liburan. Dalam rangka penggunaan waktu luang, usaha ini mendukung industri pariwisata dengan menyediakan berbagai fasilitas pertemuan, pesta, dan lainnya. Industri perhotelan merupakan sektor yang menggabungkan produk dan jasa.

Dalam industri perhotelan desain bangunan, interior/eksterior kamar tamu hotel maupun restoran, suasana kamar tamu hotel, menu pada restoran yang ditawarkan, dan fasilitas yang disediakan adalah contoh produk yang akan dijual. Pelayanan yang dijual adalah keramahan dan keterampilan staf/karyawan hotel dalam berhubungan dengan pelanggan. Pesatnya perkembangan jumlah hotel, mengakibatkan persaingan perhotelan yang sangat ketat di Buleleng. Banyak hal yang dapat mempengaruhi perkembangan industri perhotelan, diantaranya nilai barang ataupun jasa yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Berdasarkan penelitian awal yang telah dilakukan pada tamu hotel Handara Golf & Resort Bali dengan metode wawancara, mereka menyatakan bahwa variabel harga, promosi dan lokasi merupakan alasan kuat memutuskan untuk menginap di hotel tersebut. Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan Kotler (2004) mengatakan bahwa,

“Terdapat empat bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu harga, produk, promosi, dan lokasi perusahaan/toko”.

Secara umum, harga merupakan nilai moneter yang harus dibayar konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin mereka beli. Oleh karena itu, harga biasanya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Dalam seni jual beli, pembeli/konsumen dapat melakukan penawaran harga. Ketika kesepakatan tercapai antara pembeli dan penjual, maka terjadi transaksi. Namun, tidak semua lini pasar dapat dinegosiasikan. Contoh bisnis yang menggunakan sistem negosiasi adalah membeli di pasar. Produk berkualitas dengan harga bersaing menjadi kunci terpenting untuk memenangkan persaingan yang pada akhirnya mampu meraih skor kepuasan yang tinggi. Pelanggan saat ini memiliki tuntutan nilai yang lebih besar dan lebih beragam karena pelanggan menghadapi banyak pilihan mengenai barang dan jasa yang mereka beli. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada masa ini juga mempengaruhi persaingan dalam kehidupan bisnis, khususnya pada perusahaan perhotelan. Harga adalah metrik kritis dan kompleks yang digunakan perusahaan untuk menerapkan strategi pemasarannya. Keputusan manajemen hotel untuk menetapkan harga yang tepat pada akhirnya memengaruhi keputusan wisatawan untuk menginap.

Promosi merupakan komunikasi antara penjual dan pembeli atau pihak lain dalam saluran yang bertujuan memengaruhi sikap dan perilaku. Sarana periklanan memegang peranan yang paling penting, karena dengan bantuan promosi wisatawan atau pengunjung dapat mengetahui lebih jauh tentang hotel secara detail dan mudah. Kemungkinan penawaran adalah; periklanan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Sekarang sudah banyak cara untuk melakukan promosi

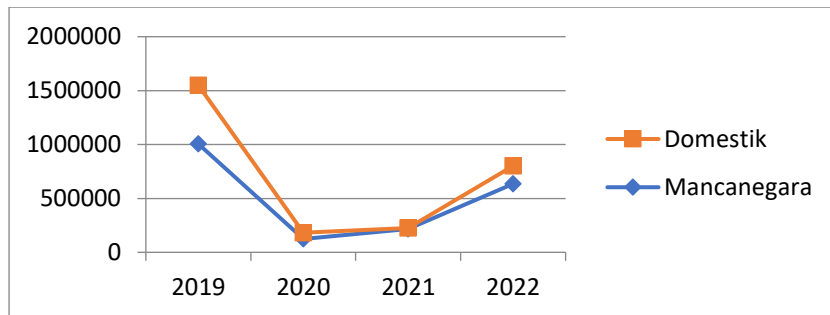
dengan mudah dan murah, seperti promosi hotel melalui aplikasi web; traveloka, pegipegi.com, atau trivago, dan situs web lainnya. Pihak hotel juga dapat melakukan promosi melalui iklan di saluran TV atau pemasaran langsung melalui pembukaan stand di beberapa pusat niaga.

Pemilihan lokasi dengan tepat dapat membantu suatu perusahaan berproduksi secara produktif, secara efektif, dan efisien serta memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan. Lokasi merupakan pendorong biaya dan pendapatan. Maka lokasi sering kali memiliki kekuasaan untuk membuat (mematahkan) strategi bisnis industri perhotelan. Lokasi yang aman dan mudah diakses dapat menentukan jadi atau tidaknya konsumen untuk berkunjung (Stefanie, 2018: 104). Oleh karena itu penetapan lokasi harus benar-benar diperhatikan.

Keputusan menginap merupakan perilaku konsumen dalam memilih tawaran pembelian jasa maupun produk (Baunsele, Kasim, and Bessie 2018). Pertama, pengambil keputusan harus memenuhi kebutuhan dan akhirnya memilih dari beberapa alternatif layanan yang ditawarkan. Menurut (Bakhtiar HM, dkk 2018) Kecermatan dalam mengambil keputusan itu harus didukung dengan informasi atau data yang relevan dengan pilihan yang dimaksud.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng (Dispar), jumlah kunjungan wisatawan ke Buleleng selama tahun 2019-2022 sebesar 4.585.975 orang pengunjung. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1, Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Buleleng 5 Tahun Terakhir (2019-2022).

Gambar 1.1  
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Buleleng (2019-2022)



(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng (DISPAR) 2022)

Dari gambar tersebut terjadi fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan ke kabupaten Buleleng di empat tahun belakangan ini. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan memperoleh jumlah tertinggi mencapai 1.549.470. Penurunan paling drastis terjadi pada tahun 2020 mencapai 182.184 orang. Pada kenyataannya pada kasus tingkat kualitas hotel dan fasilitas yang sama namun ada perbandingan okupansi yang jauh berbeda.

Hotel Handara Golf & Resort Bali merupakan salah satu hotel yang ada di Kabupaten Buleleng. Dalam penelitian tersebut, peneliti menemukan masalah penurunan jumlah hunian kamar hotel di tahun 2022 sedangkan hotel lain yang setara dengan hotel ini atau yang sama berbintang 5 mengalami kenaikan jumlah hunian kamar hotel. Lokasi adalah tempat di mana perusahaan atau bisnis beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa, atau tempat di mana konsumen dapat berbelanja. Apabila dilihat melalui lokasi, hotel ini tidaklah sulit untuk dijangkau hanya saja berjarak cukup jauh dari pusat kota Kabupaten Buleleng dan Bandara Internasional Ngurah Rai. Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu penelitian spasial (penataan ruang) kegiatan

ekonomi, pemilihan lokasi perusahaan yang strategis dan sesuai menentukan keberhasilan perusahaan di masa depan.

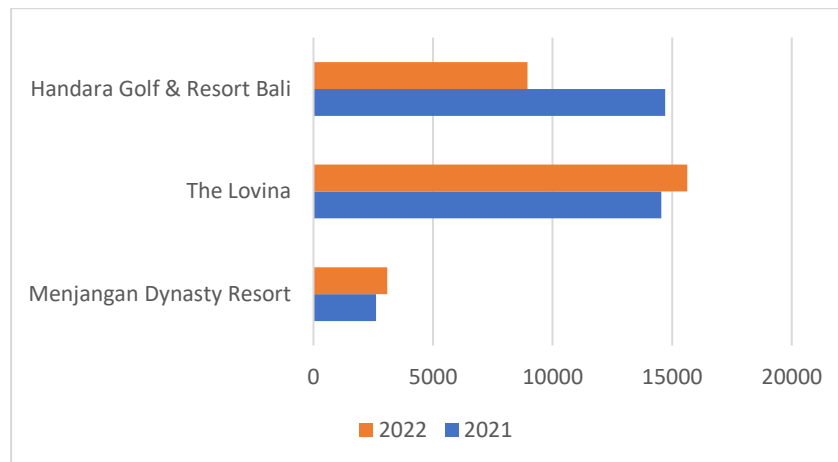
Promosi dan harga merupakan hal lain yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk menginap. Oleh karena itu, Hotel Handara Golf & Resort Bali harus melakukan pemeriksaan khusus terkait iklan dan harga. Pergeseran paradigma dalam manajemen hotel ialah mengubah visi menuju pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan persaingan antar hotel. Dalam industri ini, tampaknya mengalami peningkatan sehingga manajemen hotel dirasa perlu untuk dilakukan evaluasi kembali. Selain itu penting juga untuk memperhatikan fasilitas manajemen hotel.

Dengan adanya kualitas pelayanan dan fasilitas yang sama dengan hotel bintang 5 lainnya, seharusnya Hotel Handara Golf & Resort Bali mengalami peningkatan jumlah okupansi hunian. Namun pada kenyataannya hotel ini memperoleh jumlah tamu menginap yang menurun di tahun 2022. Dimana dalam data tersebut menerangkan bahwa Hotel Menjangan Dynasty Resort pada 2021 terdapat 2.618 jumlah wisatawan nusantara yang menginap dan ditahun 2022 terdapat 3.088 wisatawan nusantara yang menginap. Hotel The Lovina Bali terdapat 14.552 wisatawan nusantara yang menginap di tahun 2021 dan 15,626 ditahun 2022. Sedangkan pada Hotel Handara Golf & Resort Bali 14.701 wisatawan nusantara yang menginap di tahun 2021 dan hanya 8.943 di tahun 2022.

Hal tersebut bisa terlihat dari data yang didapat melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng (DISPAR) Berikut data jumlah wisatawan menginap dari beberapa hotel di Buleleng dari tahun 2021-2022.



Gambar 1.2  
Data Jumlah Wisatawan Nusantara Menginap (2021-2022)



(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng (DISPAR) 2022)

Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut Santia, Richmayati, dan Suyatni (2022) harga, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap. Namun pada penelitian Syaleh (2017) variabel harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Nandiroh (2019) variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia, dkk (2022) menyatakan bahwa lokasi secara parsial dan simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disajikan tersebut, penulis menduga diperlukannya penelitian kembali untuk menganalisis pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan menginap. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Wisatawan Menginap Pada Handara Golf & Resort Bali"**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi, yaitu:

- 1) Adanya penurunan kunjungan wisatawan tamu hotel Handara Golf & Resort Bali di tahun 2022 yang berbanding terbalik dengan apa yang dialami hotel bintang 5 lainnya.
- 2) Semakin banyaknya pesaing usaha sejenis hotel, yang ada di Kabupaten Buleleng sehingga terjadi persaingan kompetitif.
- 3) Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan menginap.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, penulis membatasi masalah penelitian pada pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Hotel Handara Golf & Resort Bali.

## 1.4 Rumusan Masalah

Dari pemaparan yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Hotel Handara Golf & Resort Bali?
- 2) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan wisatawan menginap pada Hotel Handara Golf & Resort Bali?

- 3) Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Hotel Handara Golf & Resort Bali?
- 4) Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap pada Hotel Handara Golf & Resort Bali?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan wisatawan menginap.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan wisatawan menginap.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan wisatawan menginap.

### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

- 1) Manfaat Teoritis

Dari studi yang dilakukan, penelitian ini diharap bisa bermanfaat untuk digunakan menjadi sumber pemahaman yang mampu mendukung serta memperluas ilmu pengetahuan khususnya terkait problematika yang telah dijadikan alasan dilakukannya pengkajian.



## 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam menetapkan kebijakan baru strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan menginap di hotel tersebut.

