

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan tercepat perkembangannya di dunia. Sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi yang besar untuk perkembangan ekonomi dari tahun ke tahun. Namun pada tahun 2020 kondisi tidak lagi sama dengan tahun sebelumnya untuk sektor pariwisata akibat pandemi Covid-19. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada Agustus 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu sebesar 89,22 persen jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada bulan Agustus 2019. Kondisi ini berbeda apabila dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada bulan sebelumnya yaitu pada Juli 2020 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sebesar 4,45 persen.

Jumlah kunjungan wisman jika dihitung secara kumulatif Januari-Agustus 2020, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 3,41 juta kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 68,17 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama yaitu pada tahun 2019 sebesar 10,71 juta kunjungan. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tersebut terdiri dari wisman yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 1,61 juta kunjungan, sebesar 846,21 ribu kunjungan wisman melalui pintu masuk laut, serta melalui pintu masuk darat kunjungan wisman sebesar 952,34 ribu

kunjungan. Berikut tabel perbandingan jumlah kunjungan wisman ke Indonesia pada tahun 2019 dengan tahun 2020 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Agustus 2020.

Tabel 1.1
Perhitungan Kumulatif Kunjungan Wisman ke Indonesia

Periode	Jumlah Kunjungan Wisman	Persentase Penurunan
Januari - Agustus 2020	3,41 juta kunjungan	68,17%
Januari - Agustus 2019	10,71 juta kunjungan	

Sumber : Badan Pusat Statistik, Agustus 2020

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2020 sektor pariwisata tidak mampu lagi memberikan kontribusi yang besar untuk perkembangan ekonomi hal tersebut disebabkan karena adanya Covid-19 yang menyebabkan turunnya jumlah kunjungan wisman ke Indonesia yang sangat signifikan sebesar 68,17 persen. Adanya penurunan jumlah kunjungan wisman ke Indonesia yang sangat signifikan tersebut apabila pemerintah tidak membuat suatu kebijakan maka akan berdampak pula pada sektor jasa perhotelan yaitu rendahnya okupansi hotel di Indonesia pada tahun 2020.

Dilansir dari bisnis.com Agustus 2020, bahwa pada saat merebaknya Covid-19 semua aktivitas seperti pertemuan bisnis dan lain-lain yang biasanya diselenggarakan di hotel dan secara terpaksa dihentikan untuk sementara waktu hingga kondisi yang memungkinkan hal tersebut mengakibatkan seluruh sektor jasa perhotelan di Jawa Tengah bahkan di seluruh Indonesia mengalami keterpurukan. Adanya kebijakan pemerintah

yang memberikan pelanggaran pembatasan sosial dan aktivitas masyarakat sehingga masyarakat mulai menjalankan aktivitas dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang berlaku. Maka dengan demikian tingkat hunian kamar hotel secara perlahan mengalami sedikit peningkatan dibandingkan sebelumnya. Industri perhotelan dalam menghadapi situasi yang selama masa pandemi Covid-19 dihibau mampu beradaptasi untuk memanfaatkan ceruk bisnis yang secara perlahan mulai terbuka. Penerapan protokol kesehatan kini menjadi syarat wajib demi menjamin keselamatan para tamu dan pegawai hotel.

Dilansir dari bisnis.com Agustus 2020 bahwa tingkat hunian kamar hotel di Jawa Tengah saat ini sedikit demi sedikit mengalami peningkatan seiring dengan semakin bergeliatnya aktivitas masyarakat. Selain itu adanya peningkatan okupansi hotel di Jawa Tengah yaitu akibat dari adanya wisatawan domestik ketika wisatawan mancanegara terhambat masuk akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan survei yang dilakukan penulis pada September 2020 melalui data arsip hotel Safin menyatakan bahwa tingkat hunian kamar selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan sangat signifikan. Tingkat hunian kamar minimal hanya mencapai 30% - 40% pada bulan Agustus 2020 hal tersebut jauh dari kondisi normal sebelum adanya covid-19. Dilansir dari beritasatu.com September 2020, bahwa okupansi hotel Safin mencapai 60-70% pada tahun 2019. Hal ini dapat dilihat dari data kamar yang terjual di hotel Safin selama lima tahun terakhir mulai tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

Tabel 1.2
Kamar yang Terjual

No	Tahun	Total Kamar
1	2016	19.517
2	2017	24.952
3	2018	25.145
4	2019	25.908
5	2020	17.772

Sumber : arsip hotel Safin, 2021

Berdasarkan data pada tabel 1.2 di atas bahwa terjadi penurunan sangat signifikan pada tingkat hunian kamar hotel yang hanya sebesar 17.772 kamar yang terjual selama tahun 2020. Hal ini terjadi akibat dampak dari merebaknya Covid-19 di Indonesia khususnya di Pati Jawa Tengah yang mengakibatkan okupansi hotel Safin rendah. Okupansi hotel rendah tentu membuat pihak manajemen hotel berfikir bagaimana caranya agar okupansi hotel berangsur-angsur meningkat. Dimasa pandemi seperti sekarang ini memang bukan hal yang mudah bagi sektor perhotelan untuk meningkatkan okupansi hotel. Perlunya mencoba menerapkan berbagai macam strategi yang mampu menarik minat menginap tamu merupakan langkah utama yang harus dilakukan oleh sektor jasa perhotelan untuk meningkatkan okupansi hotel.

Dalam hal persaingan, saat ini sektor perhotelan dihadapkan pada tantangan yang cukup berat seperti perubahan perkiraan dari faktor-faktor ekonomi, demografi, dan sosial budaya. Tantangan tersebut secara tidak

langsung menuntut perusahaan untuk mengembangkan *hospitality* yang menurut Levy & weitz (2001) terdiri dari *merchandise assortment, pricing, location, atmosphere, advertising and promotion* dan *personal selling*. Hal tersebut dilakukan sebagai usaha pemasaran yang inovatif dan mampu menarik minat serta memuaskan konsumen.

Kotler dan Armstrong (2016), menyatakan potongan harga adalah perubahan nilai nominal terhadap harga normal dalam suatu kegiatan pembelian yang diberikan perusahaan pada waktu tertentu dan dalam jumlah besar. *Changes in a hotel occupancy level is affected by seasonality (high and low season), therefore hotel managers typically use discounting of room rates as a pricing strategy to compensate for seasonal shift in demand* (Fitch, Becherer and Cassavant, 2004). Potongan harga merupakan salah satu elemen yang mampu menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk (barang maupun jasa). Pada bisnis jasa perhotelan pemberian potongan harga justru akan memunculkan persepsi konsumen bahwa dengan harga yang jauh dari harga normal sebelumnya apakah kepuasan dari segi pelayanan, fasilitas dan suasana tempat sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan jauh dari ekspektasi yang diharapkan.

Mowen dan Minor dalam Sumarwan (2011) menyatakan bahwa atmosfer adalah istilah umum daripada toko spasial, atmosfer berkaitan dengan bagaimana pengelola dapat memanipulasi desain bangunan, interior ruangan, aula, tekstur permadani dan dinding, bau, warna, bentuk dan suara akan menjadi pengalaman pelanggan (semua dari mereka untuk mencapai

efek tertentu) bahkan penataan barang atau jenis pameran yang dipajang dapat mempengaruhi persepsi konsumen pada suasana toko. Suasana tempat menjadi faktor utama yang harus diperhatikan dalam usaha jasa perhotelan ditengah masa pandemi seperti sekarang ini yang sebagian besar orang cenderung menginginkan suasana tempat yang nyaman. Hotel Safin terletak di Jl. Diponegoro No. 229, Kaborongan, Pati Lor, Kecamatan Pati, Kabupaten Pati Jawa Tengah merupakan hotel bintang tiga dengan konsep bangunan dan interior mewah serta ditopang dengan beragam fasilitas berstandar internasional dengan harapan mampu memberikan kenyamanan tamu yang menginap secara maksimal.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang berupa peralatan fisik yang sengaja disediakan oleh pihak penjual jasa untuk memudahkan aktivitas dan mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas pada dasarnya sengaja disediakan oleh pihak penyedia jasa agar dapat dinikmati oleh konsumen dengan tujuan utama yaitu mampu memberikan tingkat kepuasan yang maksimal kepada konsumen setelah melakukan pembelian terhadap jasa. Fasilitas hotel yang dapat menunjang minat tamu untuk menginap, diantaranya restoran, tempat parkir gratis, kolam renang, wifi gratis, spa, *meeting room*, fitnes center. Selain itu hotel Safin juga dilengkapi *business center* sebagai fasilitas penunjang yang disediakan untuk keperluan bisnis.

Maka dari uraian di atas dapat diterapkan oleh manajemen hotel Safin sebagai upaya untuk menarik minat menginap tamu selain dengan kualitas

pelayanan yang maksimal hal yang perlu dicoba untuk diterapkan yaitu dengan pemberian potongan harga (*price discount*), suasana tempat yang nyaman dan aman serta ditunjang dengan fasilitas yang memadai. Strategi tersebut sangat penting untuk diterapkan dalam usaha jasa dengan harapan mampu mempengaruhi minat tamu untuk menginap di hotel Safin.

Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Syahril (2015) bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap minat pengunjung untuk menginap di Hotel Semesta Semarang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rendy Wijaya dan Tarida Marlin Surya Manurung (2019) bahwa variabel atmosphere dan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menginap di Padjajaran Suites Resort and Convention Hotel. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rudianto (2018) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara suasana hotel terhadap minat konsumen pada BM Residence Hotel Palopo.

Penelitian yang dilakukan oleh Christina Ribka Thendeano, Joceline Sutanto dan Monika Kristanti (2020) bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap konsumen di Hotel Shangri-La Surabaya. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Resti Meldarianda (2010) bahwa store atmosphere berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Cut Yusnidar dan Teuku Isnaini (2020) bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha cafe Black Star Sigli Kabupaten Pidie.

Penelitian yang dilakukan oleh Nindya Karyatie (2016) bahwa store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Giant Ekstra Kenten Palembang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhajirin, Ismunandar dan Kamaluddin (2018) menyatakan bahwa suasana toko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko Bolly Departement Store Kota Bima. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma Diana dan Windika Bahgie (2020) juga menyatakan bahwa store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Serba Ada Takengon.

Berdasarkan adanya perbedaan temuan hasil penelitian terdahulu pada uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Price Discount, Suasana Tempat dan Fasilitas Terhadap Minat Menginap Tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah”**.

1.2. Rumusan Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Rumusan Masalah

. Sektor perhotelan saat ini sedang dihadapkan pada tantangan yang cukup berat seperti perubahan perkiraan dari faktor-faktor ekonomi, demografi, salah satunya yaitu adanya Covid-19. Merebaknya Covid-19 menyebabkan semua aktivitas seperti pertemuan bisnis dan lain-lain yang biasanya diselenggarakan di hotel dan secara terpaksa dihentikan untuk sementara waktu hingga kondisi yang memungkinkan. Akibatnya seluruh sektor jasa perhotelan di Jawa Tengah bahkan di seluruh Indonesia

mengalami keterpurukan. Hal ini terjadi akibat wisatawan asing dan investor yang berasal dari luar negeri terhambat masuk ke Indonesia salah satunya di Jawa Tengah. Dengan demikian maka tingkat okupansi hotel di Jawa Tengah sangat rendah sejak merebaknya Covid-19. Hal ini dapat dilihat berdasarkan survei yang dilakukan penulis pada September 2020 melalui data arsip hotel Safin menyatakan bahwa tingkat hunian kamar selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan sangat signifikan. Tingkat hunian kamar minimal hanya mencapai 30% - 40% pada bulan Agustus 2020 hal tersebut jauh dari kondisi normal sebelum adanya covid-19 bahwa pada tahun 2019 tingkat okupansi hotel Safin mencapai 60% - 70%. Selain fenomena bisnis yang terjadi, adanya perbedaan hasil temuan penelitian juga menjadi dasar latar belakang masalah dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Muhajirin, Ismunandar dan Kamaluddin (2018) bahwa suasana toko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko Bolly Department Store Kota Bima. Dari uraian di atas maka latar belakang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh price discount terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah?
2. Bagaimanakah pengaruh suasana tempat terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah?
3. Bagaimanakah pengaruh fasilitas terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah?

1.2.2. Pembatasan Masalah

Untuk membatasi penelitian ini agar tidak keluar dari permasalahan dan berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis membatasinya dengan pembatasan variabel yang diteliti, pembatasan objek yang diteliti, dan pembatasan waktu. Pembatasan variabel yang diteliti dalam penelitian ini akan difokuskan pada masalah yang terkait dengan minat menginap tamu di hotel dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut dibatasi oleh faktor price discount, suasana tempat dan fasilitas terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh price discount terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah
2. Pengaruh suasana tempat terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah
3. Pengaruh Fasilitas terhadap minat menginap tamu di Hotel Safin Kabupaten Pati Jawa Tengah.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam menganalisa dan memecahkan suatu masalah sesuai dengan teori yang ada.

Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan titik tolak bagi peneliti yang ingin mengembangkan teori-teori pemasaran yang berkaitan dengan *price discount*, suasana tempat dan fasilitas terhadap minat menginap tamu di hotel.

2. Secara Praktis

a. Bagi Objek yang diteliti

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kinerja manajemen hotel safin Pati dalam menerapkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi minat tamu untuk menginap melalui *price discount*, suasana tempat dan fasilitas.

b. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti dan dapat digunakan sebagai acuan terhadap penelitian selanjutnya. Selain itu juga penelitian ini dapat menjadi pengalaman yang berharga bagi peneliti.