

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata Indonesia berkembang pesat karena kekayaan alamnya yang luas dan pulau-pulau yang indah serta keragaman alamnya. Pariwisata menjadi sektor perekonomian yang cukup penting bagi Indonesia sebab mampu memberi devisa besar. Menurut (Nadjmi & Prayitno, 2018: 2), Kota Batam menempati peringkat ketiga tujuan wisata nasional. Hal ini disebabkan letak Kota Batam yang begitu strategis. Batam menjadi kota yang terbanyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun luar negeri. Menurut (Wijaya & Haryanto, 2022: 1865), Kedatangan wisatawan ke sesuatu daerah bisa menaikkan pendapatan perekonomian masyarakat setempat. Pertumbuhan juga dapat dilihat dari banyaknya tersedia lowongan kerja karena jumlah wisatawan meningkatkan pariwisata dan menciptakan lapangan kerja baru.

Hotel merupakan tujuan industri pariwisata, sehingga manajemen hotel harus bekerja sama dengan sponsor lain agar dapat dikenali oleh pelanggan (Kurniawan & Lim, 2022: 1227). Adanya kebijakan ini akan menjadikan bisnis jasa hotel semakin berkembang dan menjadi pilihan utama konsumen dalam memilih tempat tinggal dan beristirahatlah dengan tenang dan nyaman. Bisnis perhotelan telah menjadi industri yang terus berkembang dengan pesatnya transformasi Kepulauan Riau dari industri menjadi industri pariwisata. Setelah sistem IT diperbarui, pendatang baru muncul di dunia restoran, yang menerapkan

inovasi berbeda dalam bisnis mereka dibandingkan dengan pengusaha sebelumnya (Haryadi & Pamungkas, 2019: 44). Semua kegiatan usaha yang menghasilkan pendapatan total mempunyai dua akibat, yaitu dampak positif atau pendapatan dan laba dan dampak negatif atau biaya dan kerugian.

Setiap hotel memiliki cara tersendiri dalam berbisnis yaitu memperhatikan kualitas pelayanan dan daya tarik kepada tamu (Oentoro et al., 2023: 45), membangun kepercayaan dan pelayanan yang memadai di setiap kamar. Dalam teori pemasaran, proses keputusan pembelian sangat penting untuk mempelajari perilaku konsumen, yang melihat bagaimana orang dan bisnis memilih dan menggunakan produk dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Pada halaman 32 (Harahap & Amanah, 2022).

Menurut (Hidayat et al., 2023: 619), aspirasi konsumen, tindakan pra pembelian, sikap penggunaan, dan umpan balik pasca pembelian semuanya memiliki peran dalam pilihan akhir untuk memperoleh suatu produk. Bahwa hotel mengambil banyak langkah untuk meningkatkan tingkat konversinya dan untuk memastikan bahwa para tamu mendapatkan pengalaman yang positif selama mereka berada di sana.

Selain penjualan jasa lain, seperti makanan dan minuman serta layanan dalam kamar (Haryadi & Pamungkas, 2019: 44), pendapatan dari kamar merupakan sumber pendapatan utama bagi hotel. Hotel yang kompetitif adalah hotel yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan sehingga dapat menjual jasa yang dihasilkannya. Oleh karena itu, parapelaku bisnis perhotelan harus mampu menawarkan dan

memberikan pelayanan yang baik dan pelayanan trend yang unik sehingga dapat memberikan nilai tambah untuk menarik pengunjung.

Kriteria hotel bintang tiga memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Harus tersedia minimal 30 kamar standar (minimal 24 m²).
2. memiliki minimal dua suite (masing-masing berukuran minimal 48 meter persegi)
3. Setiap kamar memiliki kamar mandi pribadi, telepon, TV, dan AC.
4. Kompleks hotel juga memiliki tempat makan, bar, dan berbagai fasilitas rekreasi untuk para tamunya.

Salah satu hotel yang menarik perhatian untuk belajar dan melakukan penelitian di hotel Kota Batam adalah L Hotel *Entertainment*. Berikut ditampilkan data jumlah pengunjung L Hotel periode bulan Oktober 2022 sampai bulan Maret 2023.

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung L Hotel periode Oktober 2022 - Maret 2023

No	Bulan	Ruang ditempati / dipesan
1	Oktober 2022	1346
2	November 2022	1239
3	Desember 2022	1899
4	Januari 2023	1685
5	Februari 2023	1599
6	Maret 2023	1325

Sumber: *The L Hotel Entertainment, 2023*

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas jumlah pengunjung L Hotel periode Oktober 2022 - Maret 2023, terjadi penurunan pada tahun 2023 yang diperlihatkan dari bulan januari hingga maret yang semakin menurun.

Penyebabnya adalah adanya komplain tentang berbagai masalah yang dihadapi pelanggan, yang mempengaruhi keputusan untuk berkunjung sedemikian rupa sehingga menjadi faktor pertimbangan dalam keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut, sehingga jumlah pemesanan kamar mengalami penurunan. Dibawah ini merupakan daftar keluhan dari pelanggan terhadap L Hotel yang disajikan berikut:

Tabel 1.2 Data keluhan pelanggan terhadap L Hotel
Periode April 2022 – Maret 2023

Tanggal Menginap	Keluhan
15 April 2022	Seumur hidup baru pertama kali dapat hotel mati lampu lebih dari 1 jam, tidak ada genset dan tidak ada kepastian berapa lama menunggu listrik nya menyala lagi. Sangat kecewa, tidak ada nya <i>lift</i> untuk ke kamar lantai 5.
26 Mei 2022	Pertama dapet kamar lantai 4 kurang bersih, <i>lift</i> rusak, dan kamar bau apek. Dipindahkan ke lantai 3 kebersihan kurang, dan tidak ada <i>toiletries</i> , air panas ga ada. Mohon agar lebih diperhatikan masalah kebersihan. Untuk lokasi lumayan agak jauh masuk ke dalam.
14 Juni 2022	<i>Wifinya</i> tidak sampai kekamar.
24 Juli 2022	Hotel bintang 3 katanya, tapi sekalinya sampai hotelnya kayak hotel tua berdebu, <i>staff</i> nya juga kurang ramah, dan harus pakai tangga naik ke atas lantai 3, katanya <i>lift</i> lagi <i>maintenance</i> . Lokasi hotel tidak strategis dan sepi pengunjung, <i>not recommended</i> .
18 September 2022	Lift tidak menyala. TV siaran dimatikan. Air panas mandi di matikan. Sangat tidak baik.
24 November 2022	Karpet koridor menuju kamar sangat bau amis. Soalnya ada sampah yang bertumpuk didepan kamar 416 yang tidak di angkat-angkat. Kamar bau apek sekali, lantai kotor, kamar mandi berlaba laba.

Sumber : *The L Hotel Entertainment, 2023*

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dari ulasan pengunjung L Hotel pada Tabel 1.2 di atas terdapat banyak kritik yang di tuliskan pengunjung dimana sebagian besar masalah selama menginap. Mereka mempermasalahkan

pelayanan dan fasilitas L-Hotel yaitu AC di kamar hotel tidak berfungsi dengan baik., *wifi* tidak sampai dalam kamar, *lift* yang tidak berfungsi dengan baik, pelayanan recpsionis yang kurang ramah, lampu kamar mandi gelap, ruang koridor berbau amis dan kamar yang tidak bersih.

Agar dapat mempertahankan bisnisnya didalam persaingan, maka manajemen L Hotel harus meningkatkan daya saing perusahaan, salah satu kemungkinan adalah memperbaharui pelayanannya (*service innovation*), karena (Burhan & Ali, 2020: 224) *Service innovation* adalah fenomena multidimensi, menciptakan layanan yang sepenuhnya baru biasanya memerlukan konsep layanan baru, saluran distribusi, model interaksi pelanggan, sistem pengiriman layanan, rutinitas kerja, model organisasi, teknologi, atau personalisasi. Layanan untuk paket perangkat lunak, dll. Berikut diperlihatkan perbandingan L hotel dengan hotel lainnya yang sejenis yang ada di kota Batam:

Tabel 1.3 Perbandingan L hotel dengan hunian/hotel lainnya di kota Batam

Nama Hotel	Bintang	Fasilitas	Harga Perkamar
The L Hotel Entertainment	3.9 ★★★★☆ 315 reviews	<i>Breakfast, Wi-Fi, Free parking, AC, Spa, Restaurant, Room service, Full-service laundry.</i>	IDR 144,570
Hotel 01	3.8 ★★★★☆ 370 reviews	<i>Free breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Outdoor pool, Air conditioning, Restaurant, Airport shuttle, Full-service laundry.</i>	IDR 194,770

Lanjutan Tabel 1.3

Nama Hotel	Bintang	Fasilitas	Harga Perkamarnya
The Golden Bay Hotel	4.2 <small>★★★★☆ 1,308 reviews</small>	<i>Free breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Spa, Restaurant, Room service, Full-service laundry.</i>	IDR 192,237
Batam Star Hotel	4.1 <small>★★★★☆ 264 reviews</small>	<i>Free breakfast, Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Restaurant, Full-service laundry</i>	IDR 174,849
Leon Inn	3.9 <small>★★★★☆ 117 reviews</small>	<i>Free Wi-Fi, Free parking, Air conditioning, Full-service laundry</i>	IDR 133,000

Sumber: Google review summary, 2023

Bentuk inovasi dalam pelayanan adalah perubahan yang terus menerus pada karakteristik pelayanan yang ditawarkan, sedangkan inovasi proses pelayanan mengacu pada perubahan metode, peralatan atau know-how yang digunakan dalam penyediaan pelayanan (Kusniawati, 2018: 673). Pentingnya inovasi dalam lingkungan yang tidak dapat diprediksi dan berubah dengan cepat, konsumen semakin menuntut karena perbedaan penawaran dari organisasi pesaing dalam industri yang sama. Konsumen merasa puas bila pengelola hotel memiliki pemahaman luas terkait gagasan baru yang lebih inovatif.

Selain inovasi, variabel daya tarik juga merupakan faktor yang memengaruhi konsumen mengunjungi hotel tertentu. Ketika kita memilih penginapan atau hotel, fasilitas dari suatu hotel tersebut menjadi pertimbangan utama kita sebelum memilih. Kira-kira apa aja fasilitas yang paling menjadi daya tarik utama konsumen ketika memilih hotel. Pasal 10 Undang-Undang Tahun 2009 Benda-benda alam, budaya, dan antropogenik yang menjadi objek atau

tujuan wisatawan secara kolektif disebut sebagai daya tarik wisata (Daulay, 2020: 3).

Daya tarik adalah “segala sesuatu yang menyebabkan individu atau sekelompok individu mengunjungi suatu tempat karena signifikansi tempat itu bagi mereka” (Setiyorini & Farida, 2018: 12). Kebersihan, kelancaran, dan keamanan fasilitas yang terjamin merupakan nilai tambah yang mendorong pelanggan untuk berkunjung, serta lokasi yang nyaman dan fasilitas yang memuaskan kebutuhan pelanggan.

Jika dilihat dari tabel keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap L Hotel, hotel ini tidak mempunyai daya tarik yang unik untuk menarik perhatian pelanggan. Sehingga menyebabkan keputusan pelanggan untuk berkunjung ke L Hotel menjadi menurun. Maka hal inilah yang mendasari ketertarikan meneliti secara terkait judul **“Pengaruh Inovasi Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di *The L Hotel Entertainment*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan bisa diidentifikasi berikut:

1. Adanya keluhan dan banyak kritik yang disampaikan pengunjung *The L Hotel Entertainment*.
2. *The L Hotel Entertainment* tidak melakukan inovasi dalam hal memperbaiki dan memperbaharui fasilitas yang ada.

3. Semakin menurunnya jumlah pelanggan di tahun 2023 karena tidak adanya daya tarik dari *The L Hotel Entertainment* yang mampu menarik dan mempengaruhi keputusan berkunjung.

1.3 Batasan Masalah

Batasan permasalahan penelitian ini berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam riset ini dibatasi pada variabel inovasi, dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung
2. Populasi yang pengamat ambil merupakan tamu yang pernah menginap di *The L Hotel Entertainment*.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini diantaranya:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di *The L Hotel Entertainment*?
2. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di *The L Hotel Entertainment*?
3. Apakah inovasi dan daya tarik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di *The L Hotel Entertainment*?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini di antaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi secara parsial terhadap keputusan berkunjung di *The L Hotel Entertainment*.

2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik secara parsial terhadap keputusan berkunjung di *The L Hotel Entertainment*.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi dan daya tarik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di *The L Hotel Entertainment*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini ekspektasikan bisa digunakan sebagai sumber pemahaman dan juga ilmu pengetahuan terkait inovasi dan daya tarik terhadap keputusan pengunjung.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bisa dijadikan bahan masukan serta sumber rujukan untuk perusahaan didalam meningkatkan mutu inovasi dan daya tarik dalam mengambil keputusan berkunjung.

2. Bagi Akademisi

Dengan maksud untuk mengedukasi pembaca dan menjadi narasumber bagi yang kuliah di Universitas Putera Batam.

3. Bagi Peneliti

Diharapkan bisa memperoleh wawasan serta pengalaman terkait inovasi dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung.