

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia telah membuat kemajuan dalam kemajuan teknologi selama pengembangan komersialnya. Di era globalisasi saat ini, para pengusaha dan perusahaan berupaya untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif untuk mempertahankan operasi mereka di lingkungan bisnis yang semakin kompetitif di era modern. Setiap organisasi harus mampu bersaing dengan ketatnya persaingan yang ada secara global. Perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan selalu menjadi pusat perhatian perekonomian Indonesia. Industri perhotelan memainkan peran penting dalam perekonomian negara dengan memberikan kontribusi terhadap pendapatan devisa melalui operasinya. Hal ini berdampak signifikan bagi wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata yang tentunya mendambakan penginapan yang aman dan nyaman (Casandra Gultom, Dino Kuncoro Sakti, & Prabowo, 2020)

Kini dalam dunia bisnis ada atau sering terjadi persaingan diantara sebuah perusahaannya dengan yang lainnya yang bergerak di bidang yang sejenis (Hartanti, Lestari. Dewi Puji, & Sanjaya, 2022). Hotel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang di kelola pemilik nya dengan memberikan layanan, fasilitasnya disaat menginap seperti makanan, minuman dan pastinya kamar untuk beristirahat bagi tamu yang sedang ingin menginap atau tamu yang sedang melakukan *travelling* dan tidak sempat pulang ke rumah dan melakukan penginapan di sekitar area dengan dengan lokasinya (Ajie, 2020).

Dimana sekarang ini orang-orang ini mengambil cuti dengan menghabiskan waktu berlibur atau biasa disebut dengan *travelling* (Maulana Pratama, Sudana, & Wijaya, 2020). Industri perhotelan adalah industri bernilai miliaran dolar, yang mencakup banyak kegiatan, yang utamanya adalah bisnis hotel, jasa pariwisata, tempat acara penting, dan transportasi (Ali et al., 2021). Industri ini akan berkembang pesat jika memperhatikan sejumlah faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung para wisatawan yaitu dengan secara aktif melakukan promosi media sosial, meningkatkan dan meyakinkan persepsi konsumen terkait perusahaan akan hal-hal yang positif. Tidak ada properti industri perhotelan tidak akan bertahan jika mereka tidak berorientasi pada konsumen mereka, terutama untuk memenuhi kebutuhan, persyaratan dan harapan mereka, sehingga citra perusahaan akan meningkat.

Industri perhotelan menghadapi tantangan yang berbeda dibandingkan dengan organisasi yang memproduksi produk karena sifat layanan yang berbeda. Kemungkinan kegagalan lebih tinggi di industri jasa dibandingkan penjualan produk. Didalam usaha bisnis yang disebutkan semua akan berhubungan langsung dengan para pelanggan atau orang-orang yang ingin menginap suatu hotel. Salah satu faktor penentu yang membuat suatu usaha itu berhasil atau tidak yaitu dari banyaknya pengunjung yang berkunjung ke lokasi usaha. Industri perhotelan telah mengakui pentingnya kepuasan dan retensi konsumen. Memenuhi permintaan konsumen terus menjadi kendala terbesar yang belum pernah terjadi sebelumnya. Di sektor perhotelan, konsumen tidak hanya terlibat dalam proses konsumsi, namun mereka juga seringkali memiliki perspektif yang telah ditentukan

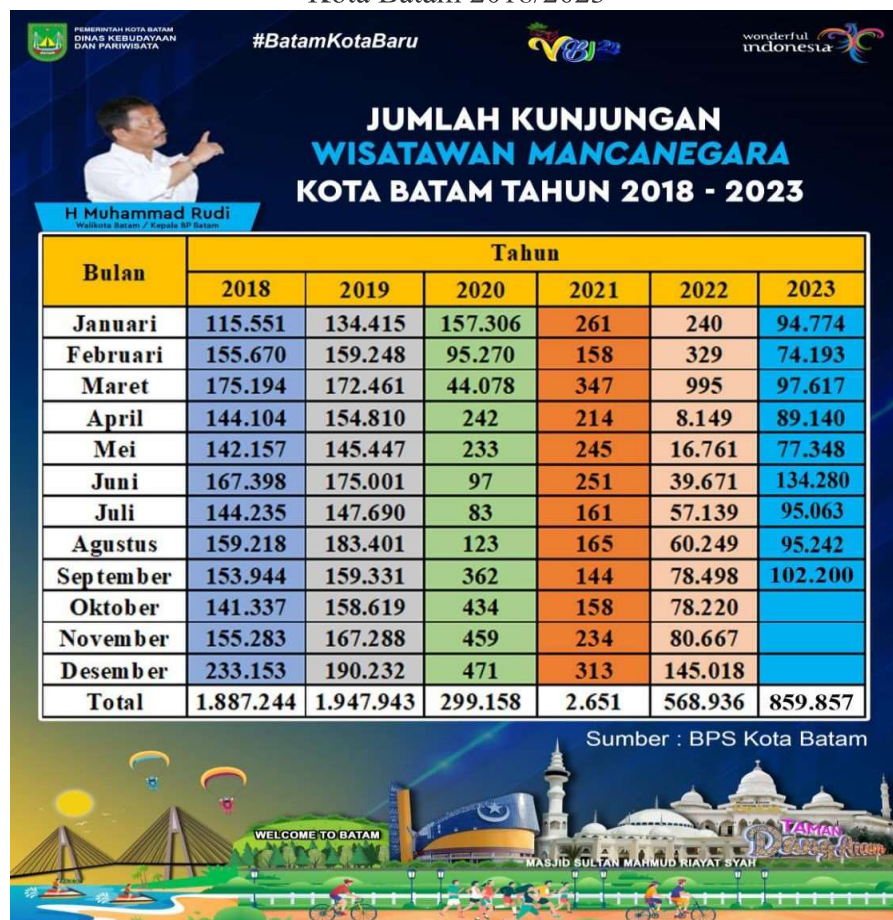
sebelumnya mengenai layanan dan kualitas. Konsumen industri perhotelan saat ini menjadi lebih canggih dan menuntut (Ali et al., 2021).

Untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat, mereka bersaing untuk menawarkan nilai lebih yang dapat menarik keuntungan pembeli. Dari berbagai fasilitas, hiburan, dan karakteristik yang menjadi sebuah ciri khas yang diberikan kepada pelanggan. Terlebih lagi, perluasan berbagai dekorasi dan fasilitas lainnya untuk membantu kenyamanan agar pelanggannya merasa nyaman di hotel. Pengunjung yang menginap dalam memilih tempat menginap memiliki model yang berbeda, dengan perbedaan dalam aturan penentuan penginapan, pihak perusahaan diharapkan terus berupaya untuk lebih mengembangkan pelayanan dan meningkatkan secara terus-terusan. Menurut (Casandra Gultom, Dino Kuncoro Sakti, & Prabowo, 2020) bahwa keputusan berkunjung adalah karakteristik pelanggan dimana pelanggan ingin berkunjung lagi. Ketertarikan untuk menginap lagi oleh pelanggan bisa dilihat dari adanya historis pelanggan yang menginap, baik menyangkut daya tarik wisata maupun *Electronic Word of Mouth* itu sendiri.

Indonesia terdapat banyak potensi kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Oleh karena itu, setiap daerah di Indonesia bertanggung jawab mengelola sektor pariwisata yang merupakan sektor yang selalu aktif. Hal ini dicapai dengan memanfaatkan potensi yang ada pada sektor tersebut untuk merangsang sektor lain, antara lain daya tarik wisatawan, promosi kegiatan pembangunan, penciptaan peluang usaha baru, penciptaan lapangan kerja, dan potensi peningkatan pendapatan lokal dan masyarakat. Banyaknya keuntungan

dari kemajuan industri wisata dan diikuti dengan meningkatnya minat berkunjung wisatawan menyebabkan banyaknya daerah-daerah di Indonesia mulai mengembangkan sektor wisata di setiap daerah di Indonesia yang dapat menarik serta meningkatkan kunjungan wisatawan. Kota Batam saat ini sedang meningkatkan pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata di Kota Batam dengan mengintegrasikan sektor pembangunan lainnya melalui usaha pariwisata kecil, menengah, dan besar. Pembangunan pariwisata harus dilakukan secara komprehensif dan terpadu.

Gambar 1.1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Kota Batam 2018/2023



Sumber: Data diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Batam

Dalam gambar 1.1 terlihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam mengalami fluktuasi terutama pada tahun 2020 – 2023. Pada tahun 2020 memasuki bulan April jumlah wisatawan yang datang ke Kota Batam mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan virus Covid 19 melanda Indonesia terutama Kota Batam, total wisatawan tahun 2020 berjumlah 299.158 wisatawan, tahun 2021 jumlah wisatawan yang datang ke Kota Batam berjumlah 2.651 wisatawan, tahun 2022 jumlah wisatawan yang datang ke Kota Batam mulai mengalami kenaikan berjumlah 568.936 wisatawan, tahun 2023 sampai bulan September 2023 jumlah wisatawan yang datang ke Kota Batam terus naik berjumlah 859.857 wisatawan.

Berbicara tentang Hotel, pada saat ini Hotel yang ingin saya lakukan penelitian adalah salah satu hotel yang berada di Batam yaitu Hotel Batam View yang berada di Nongsa Tepatnya di Jl. Hang Lekir, Sambau, Kecamatan Nongsa. Hotel ini masih dalam kategori hotel bintang 4 dengan *view* atau pemandangan yang mengarah ke pantai yang membuat para tamu tertarik dengan keindahannya. Fasilitas yang dimiliki hotel ini terdiri dari berbagai macam fasilitas AC, *restaurant*, kolam renang, resepsionis 24 jam, parkir, *lift*, dan *wifi* dan masih banyak lagi. Batam View Beach Resort memiliki daya tarik wisata yang sangat tinggi, terutama pada pemandangan yang sangat indah dengan pantai pribadi dan suasana yang tenang jauh dari keramaian. Daya tarik wisata yang dimiliki Batam View Beach Resort membuat banyak wisatawan asing untuk datang ke Batam View Beach Resort untuk melepas lelah bekerja para wisatawan asing.

Suatu objek yang menarik tentunya akan memotivasi wisatawan untuk menjelajahi objek wisata tersebut. Selain itu, E-WOM menjadi salah satu faktor yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Promosi media

Selama pandemi, sangat penting untuk memanfaatkan platform media sosial yang positif untuk menarik minat wisatawan. Ketika daya tarik tersebut sejalan dengan faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan ketika memutuskan untuk berkunjung atau tidak. E-WOM menyederhanakan prosesnya. Wisatawan termotivasi untuk mengunjungi suatu destinasi berdasarkan rekomendasi wisatawan lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung, serta untuk mengetahui peran mediasi minat berkunjung (Purwanto, Kadi, & Rismawati, 2021).

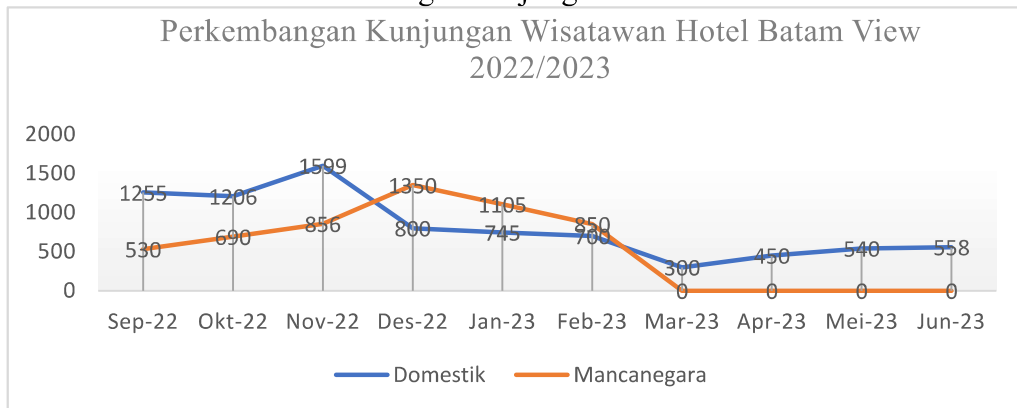
Gambar 1.2: Review wisatawan Hotel Batam View Resort



Sumber: Booking.Com

Grafik 1.1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Hotel Batam View Beach Resort 2022/2023

Gambar 1.3 : Perkembangan kunjungan wisatawan



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

Total pengunjung Batam View Hotel adalah 1785 pengunjung pada September 2022, 1896 pengunjung pada Oktober 2022 dan 2455 pengunjung pada November 2022. Namun pada Desember 2022, jumlah pengunjung kembali turun bahkan tercatat kurang dari 2.150 pengunjung dan terus menurun hingga Januari 2023 hingga 1.851 pengunjung, dan pada Februari 2023 jumlah pengunjung terus menurun sehingga jumlah kunjungan hanya tinggal 1.550 pengunjung.

Menurut (Susanti, Dwi, Aryati, & Damayanti, 2019) sejarah suatu lokasi tidak dapat dipisahkan dari tempat wisata yang terdapat disana. Sejarah merupakan warisan berbagai peristiwa masa lalu yang diantisipasi untuk dimaknai oleh generasi mendatang sebagai petunjuk hidup di masa depan. Sejarah adalah asal muasal masa kini, sebagaimana peristiwa masa lalu. Mendefinisikan dua komponen kritis sejarah: pengertian subyektif, yaitu suatu konstruksi atau bangunan yang disusun para sejarawan sebagai suatu gambaran atau narasi, dan pengertian obyektif, yang mengacu pada peristiwa atau peristiwa itu sendiri sebagai suatu proses dalam aktualitasnya.

Menurut www.batamnews.co.id pada hari Senin (11/11/2019) Seorang pegawai Batam View Beach Resort hilang dan diduga tenggelam. Diketahui, Dody Kurniawan, laki-laki berusia dua puluh satu tahun, tewas di sekitar Batam View Beach Resort di Sambau, Kecamatan Nongsa, Kota Batam. Mu'Min, Kepala Kantor Pencarian dan Pertolongan Kelas A Tanjungpinang, membenarkan kejadian tersebut. “Dody diduga jatuh ke laut,” ujarnya kepada Batamnews, Senin malam (11/11/2019). Sore itu Dody sedang memancing di Restoran Pelantar Kelong Resort Batam View, menurut warga sekitar. Namun, pada sore harinya, yang tersisa di lokasi yang sama hanyalah segenggam alat pancing, sandal, penutup kepala, dan telepon genggam. Alat musik tersebut diduga milik Dody.

menegaskan bahwa perilaku konsumen pada dasarnya berkaitan dengan keputusan konsumen untuk mengunjungi suatu objek wisata. Perilaku konsumen menjadi landasan pengambilan keputusan konsumen. Seseorang akan mempertimbangkan pembelian suatu produk atau jasa sebelum mengambil keputusan. Kemungkinan bahwa konsumen akan dipengaruhi oleh lokasi, harga, dan daya tarik ketika mengambil keputusan untuk berkunjung menunjukkan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan berbagai aspek perilaku konsumen, khususnya selama proses pengambilan keputusan. Dalam literatur saat ini, ilmu tentang perilaku pengunjung biasa disebut dengan istilah perilaku wisatawan atau *travel behavior* (Kawatu, Mandey, & Lintong, 2020). Pengalaman atau historis pengunjung sebelumnya juga sangat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan yang akan berkunjung, maka dari itu pihak perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan dan daya tarik wisata yang baik kepada para pengunjung

terhadap produk atau nilai yang ditawarkan agar mendapat perhatian para calon pengunjung untuk berkunjung ke hotel. Para calon pengunjung juga memperhatikan dan mempertimbangkan *e-WOM* pada saat melakukan keputusan berkunjung. Penelitian ini terfokus kepada Hotel Batam View Beach Resort. Berdasarkan sejumlah permasalahan yang sudah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HISTORIS, DAYA TARIK WISATA DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA BATAM VIEW BEACH RESORT”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan penulis, maka dapat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya peristiwa yang pernah terjadi membuat wisatawan ragu ke Hotel Batam View Beach Resort.
2. Menurun nya daya tarik wisatawan ke Hotel Batam View Beach Resort.
3. Masih terdapat ulasan negatif terhadap Hotel Batam View Beach Resort.
4. Lokasi yang jauh menjadi salah satu kendala wisatawan yang ingin berkunjung ke Hotel Batam View Resort.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini akan berfokus pada:

1. Dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu historis, daya tarik wisata, *e-WOM* dan satu variabel dependen yaitu keputusan berkunjung.

2. Responden yang akan dijadikan sampel adalah pengunjung Hotel Batam View Beach Resort periode Juni 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah yang sudah disebutkan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah historis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort?
2. Apakah daya tarik wisata berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort?
3. Apakah *e-WOM* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort?
4. Apakah historis, daya tarik dan *e-WOM* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh historis secara parsial terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata secara parsial terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort.
3. Untuk mengetahui pengaruh *e-wom* secara parsial terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort.

4. Untuk mengetahui pengaruh historis, daya tarik wisata dan *e-wom* secara simultan terhadap keputusan berkunjung Pada Hotel Batam View Beach Resort.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Riset ini dirancang untuk memberikan wawasan tambahan dan analisis dampak sejarah, daya tarik wisata, dan e-WOM terhadap keputusan berkunjung, dan berfungsi sebagai tolok ukur untuk penelitian di masa depan. Hal ini didasarkan pada pertimbangan teoritis.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Untuk peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk tujuan meneliti dan mendokumentasikan pengalaman pemasaran, menggunakan teori yang diperoleh selama berada di Universitas Putera Batam, dan menggabungkan pengalaman dan pengetahuan ke dalam skenario bisnis dunia nyata.

2. Untuk perusahaan

Ini berfungsi sebagai tolok ukur pengambilan keputusan dan memberikan peta jalan untuk menerapkan strategi bisnis masa depan.

3. Untuk Universitas Putera Batam

Temuan penelitian yang dilakukan oleh para sarjana dapat menjadi catatan berharga dan sumber ilmiah untuk penyelidikan lebih lanjut, khususnya di bidang manajemen pemasaran dalam bidang administrasi bisnis.