

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pariwisata merupakan sebuah aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi dan pelancongan. Indonesia memiliki destinasi pariwisata alam yang sangat beragam. Hal itu menjadi daya tarik bagi wisatawan dalam menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang ingin dituju untuk berwisata. Pada masa kini, industri pariwisata memiliki andil yang cukup besar dalam mendukung pertumbuhan perekonomian di negara Indonesia dan menjadi sebuah lokomotif yang menjadi pergerakan ekonomi bangsa prioritas. Sejak tahun 2022, industri pariwisata Indonesia dapat membuktikan bahwa sektor ini dapat bangkit kembali dari keterpurukan selama 2 tahun karena munculnya wabah Corona Virus. Dengan kata lain, pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap tingkat wisatawan yang datang ke Indonesia dan angka wisatawan menjadi turun sangat drastis.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan februari tahun 2023, kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 701,93 ribu kunjungan. Tingkat kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan sebelumnya yaitu januari 2023 sebesar 4,62% jumlah wisatawan. Walaupun mengalami penurunan jumlah kunjungan dari bulan sebelumnya, namun tetap terjadinya peningkatan pertumbuhan wisatawan sebesar 567,27 % kunjungan wisatawan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Para wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia

didominasi oleh wisatawan yang berasal dari negara Malaysia sebesar 18,10 % dan Australia sebesar 12,08 % kunjungan pada Februari 2023.

Pertumbuhan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia khususnya pada terhadap industri perhotelan. Peningkatan jumlah wisata dan akomodasi penginapan terjadi khususnya pada pulau dewata Bali. Industri perhotelan saling berkaitan dengan pariwisata karena hotel merupakan ujung tombak dari pariwisata. Hotel merupakan bangunan yang digunakan sebagai aspek penunjang berwisata karena digunakan sebagai sarana akomodasi untuk beristirahat para wisatawan. Tersedianya hotel, maka akan menjadi pendorong bagi para wisatawan mancanegara dalam berkunjung dan menikmati wisata alam di Indonesia dalam jangka waktu yang lebih lama.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang mencapai 46,16 % pada januari 2023. Angka tersebut mengalami penurunan sebanyak 7,59 % dibandingkan dengan penghujung tahun 2022. Apabila dibandingkan dengan bulan januari 2022 tahun sebelumnya, angka tersebut mengalami kenaikan yang mencapai 25.45% yang semula tercatat hanya mencapai 20.71 % tingkat penghunian kamar berbintang di pulau dewata Bali.

Tabel 1

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Menurut Bintang di Provinsi Bali

Kelas Hotel Bintang	Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Menurut Bintang di Provinsi Bali (Persen)					
	2022				2023	
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
5	54.04	50.59	52.48	59.81	44.81	36.22
4	43.12	43.92	47.58	50.69	49.14	41.91
3	39.94	43.66	46.98	51.05	46.02	44.65
2	45.25	39.17	44.12	48.01	35.12	38.84
1	53.99	58.98	58.33	59.53	42.07	48.72

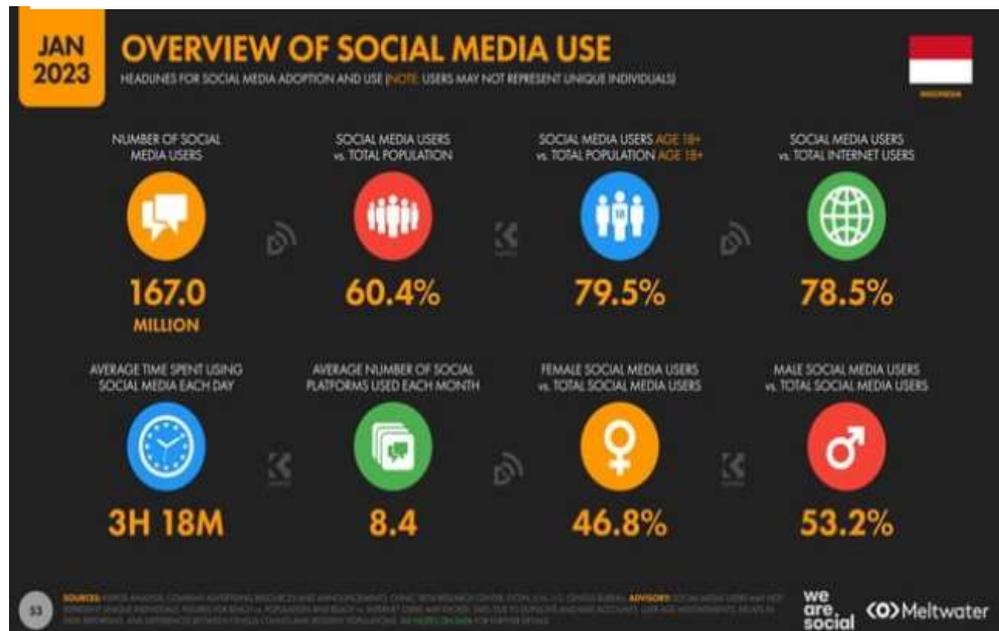
Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023.

Tingkat pertumbuhan wisatawan yang berpengaruh pada tingkat penghunian kamar mengakibatkan seluruh hotel saling melakukan persaingan dalam melakukan pemasaran agar para tamu tertarik untuk memilih tempat menginap saat melakukan perjalanan wisata. Seiring dengan perkembangan teknologi, perusahaan memanfaatkannya sebagai alat untuk mempermudah pemasaran. Asosiasi Pemasaran Amerika (*American Marketing Association*) mengatakan bahwa pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dari sebuah institusi serta sebuah proses dalam membuat, melakukan komunikasi, menyampaikan, dan melakukan penukaran terhadap sebuah penawaran yang memiliki nilai tukar bagi para konsumen, kolega maupun pada khalayak luas (Keller, 2021). Era globalisasi ini, terjadinya perkembangan terhadap teknologi dan internet

yang semakin canggih. Teknologi dapat memudahkan sebuah kegiatan manusia, khususnya dalam melakukan kegiatan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller pada tahun 2016, *Social media* digunakan sebagai alat atau metode yang digunakan dalam membagikan informasi kepada individu maupun sebuah kelompok dalam bentuk teks, audio, foto ataupun video. (Sugiarto, 2022).

Media sosial juga merupakan sebuah media yang berdasarkan pada jaringan internet agar pengguna dapat melakukan interaksi dan dapat memberikan interpretasi secara langsung maupun tidak langsung bersama dengan masyarakat umum ataupun tidak melakukan dorongan terhadap sebuah nilai dan konten serta persepsi interaksi dengan orang lain. (Caleb T. Carr, 2015). Menurut data yang dilansir dari *hootsuite*, sebuah perusahaan jasa internasional yang menaungi manajemen *social media* mengenai tingkat penggunaan *social media* di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 60.4% dari jumlah populasi di Indonesia. Terdapat 167 juta pengguna dengan rata-rata penggunaan *social media* selama 3 jam 18 menit

Gambar 1
Data penggunaan Sosial Media di Indonesia

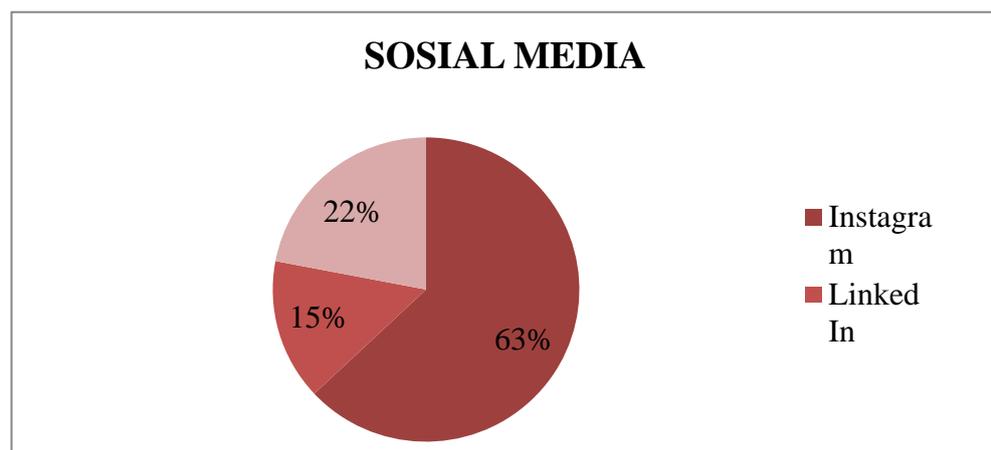


Sumber : *Hootsuite 2023*

The Westin Resort Nusa Dua merupakan salah satu hotel sebagai salah satu penyedia jasa akomodasi bintang lima dibawah naungan Marriot International Inc. Berlokasi pada Kawasan Pariwisata Nusa Dua, Btdc, Jl. Nusa Dua No.3, Benoa, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali. The Westin Resort Nusa. Memiliki lokasi yang sangat strategi yaitu 10 kilometer dari Bandara Internasional Ngurah Rai dan sangat dekat dengan beberapa tempat wisata iconic seperti Taman Budaya Garuda Wisnu Kencana Uluwatu, Pantai Jimbaran dan Pura Uluwatu. Hotel yang didirikan oleh PT. Nusa Dua Graha Internasional (PT. NGI) pada tahun 1990. Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan jasa perhotelan dan konfensi. Pada 10 Desember 2003, berubah nama menjadi The Westin Resort Nusa Dua Bali hingga saat ini.

Sebagai tahapan penelitian, penulis melakukan peninjauan dengan melakukan observasi dan wawancara dengan *assistant marketing communication manager*. Berikut ini adalah data mengenai tingkat hunian kamar periode Januari sampai dengan Maret 2023 di The Westin Resort Nusa Dua Bali. penulis melakukan peninjauan kembali dengan melakukan wawancara dan observasi dengan *Assistant Manager Marketing Communication*. Berikut merupakan besaran dan aplikasi yang digunakan untuk pemasaran di The Westin Bali, sebagai berikut :

GAMBAR 1
SOSIAL MEDIA THE WESTIN RESORT BALI



Sumber : *Marketing Communication* The Westin Resort Bali, 2023.

Berdasarkan data yang tertera diatas, Instagram merupakan media pemasaran yang paling aktif digunakan di The Westin Resort Nusa Dua Bali. Hotel ini Dilansir dari instagram resmi yang digunakan sejak 2013, The Westin Resort Nusa Dua Bali memiliki kurang lebih sebanyak 52 juta pengikut dan 2,112 postingan.

GAMBAR 2 LAMAN DEPAN INSTAGRAM RESMI THE WESTIN RESORT BALI



Sumber : Instagram resmi The Westin Resort Bali 2023.

Berlandaskan dengan data berupa gambar akun Instagram resmi The Westin Resort Bali, dapat dikatakan Instagram sebagai salah satu fungsi untuk melihat *booking Intention*. Menurut Chen, Phelan, & Jai, (2016) dikatakan bahwa *booking intention* merupakan hasil yang konatif dipengaruhi oleh pencarian informasi, penilaian produk, dan pemilihan saluran dengan konatif yang ditafsirkan sebagai niat dan motivasi pribadi konsumen untuk melakukan pembelian tanpa paksaan. Pernyataan diatas didukung oleh *Assistant Manager Marketing communication*, menyatakan bahwa rata-rata pengunjung Instagram resmi The Westin Resort Bali mencapai 276 kunjungan sehingga dari perolehan data tersebut saya tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap *Booking Intention* di The Westin Resort Nusa Dua ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera diatas, penulis mengidentifikasi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Penggunaan Instagram di The Westin Resort Bali ?
2. Bagaimana *booking intention* di The Westin Resort Bali ?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan instagram terhadap *booking intention* di The Westin Resort Bali ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan acuan pada latar berlakang dan merujuk pada rumusan masalah dalam penelitian dapat ditafsirkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui instagram di The Westin Resort Bali.
2. Untuk mengetahui *booking intention* di The Westin Resort Bali.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan instagram terhadap *booking intention* di The Westin Resort Bali.

D. Keterbatasan Masalah

Penelitian ini agar terfokus dan terarah, peneliti membatasi penelitian dalam mengetahui pengaruh instagram terhadap *booking intention* di The Westin Resort Bali. Instagram dibatasi dengan indikator yaitu *content sharing*, *content creation*, *community building* dan *connecting*. *Booking intention* dibatasi dengan indikator *design*, *price value*, *brand image*, *electronic word of mouth*, *trust* dan *perceived value*. Pada penelitian ini, respondennya dibatasi dengan berfokus pada pengikut instagram The Westin bali sebagai sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

E. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap manfaat baik secara praktik maupun teoritis yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dalam penelitian yang dilakukan dapat menciptakan kajian mengenai Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap *Booking Intention* di The Westin Nusa Dua Bali sebagai sebuah fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran dan dapat menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi instansi pemerintahan daerah wilayah Bali, penelitian diharapkan dapat menjadi sebuah acuan dalam memberikan respon mengenai keputusan pembelian tamu hotel yang dipengaruhi oleh media social Instagram.
- b. Bagi industri hotel di Kawasan Pulau Dewata Bali, Penelitian diharapkan mampu menjadi sebuah petunjuk untuk mengevaluasi dan memberikan masukan. Hal ini bertujuan agar dapat mengoptimalkan penggunaan Instagram hotel dalam keputusan pembelian tamu serta agar dapat bertahan dan bersaing dalam persaingan dengan hotel bintang 5 lainnya di wilayah Bali khususnya Nusa Dua.

- c. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menstimulasi dan mengimplentasikan keterampilan menulis serta ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari selama menempuh masa pembelajaran di Politeknik NHI Bandung