

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta, yang merujuk pada perjalanan dengan berbagai tujuan. Secara etimologis, istilah “pariwisata” terdiri dari “pari” yang artinya banyak atau berulang – ulang dan kata “wisata” yaitu berarti dalam perjalanan. Dengan demikian, pariwisata adalah perjalanan berulang – ulang antara tempat – tempat oleh individu atau kelompok, untuk sementara waktu dan tanpa tujuan mencari penghasilan, melainkan untuk menikmati perjalan, rekreasi, atau sebagai memenuhi berbagai keinginan (Irma Suryani, 2017).

Berdasarkan sumber lain wisata merupakan perjalanan yang dilakukan individu atau kelompok dengan maksud untuk mengunjungi tempat tertentu demi rekreasi, pengembangan pribadi, atau eksplorasi keunikan daya tarik tempat yang di kunjungi dalam kurun waktu sementara. Seseorang wisatawan adalah individu yang terlibat kegiatan perjalanan wisata tersebut. Pariwisata dalam era modern adalah fenomena yang di picu oleh kebutuhan akan kesejahteraan fisik dan mental, penghargaan terhadap keelokan alam, dan kepuasan batin yang diperoleh dari menjelajahi keindahan alam semesta. Pertumbuhan pariwisata juga di pengaruhi oleh interaksi yang semakin meningkat antar bangsa dan antar kelas dalam masyarakat, yang di sebabkan oleh kemajuan perdagangan, industri dan transportasi (Riani, 2021).

Menurut Badan Pusat Statistika 2021-2022, Wilayah Jawa Barat yang berada di Kota Bandung adalah kota yang memiliki daya tarik untuk para wisatawan berlibur. Berbagai macam wisata yang berada di kota bandung mulai dari pusat kuliner, pusat perbelanjaan, dan jasa akomodasi.

Tabel 1.
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Destinasi Wisata Kota Bandung
Tahun 2021-2022

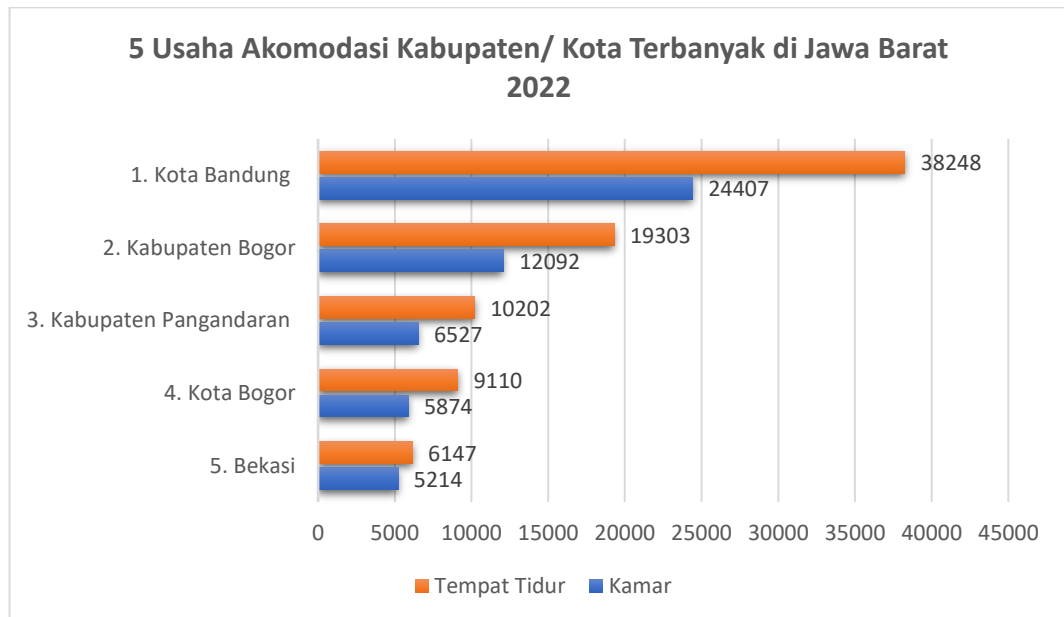
Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Destinasi Wisata Kota Bandung Tahun 2021-2022			
Tahun	2021	2022	Variance
Wisatawan Mancanegara	100	17.460	17.360
Wisatawan Domestik	1.836.575	3.782.823	1.946.248
Jumlah	1.836.675	3.784.569	1.947.894

Sumber : Badan Pusat Statistika Jawa Barat 2021 – 2022

Berdasarkan Table 1.1 diatas menunjukkan bahwa adanya jumlah wisatawan ke objek wisata Kota Bandung yang berpotensi dengan tujuan berwisata. Pada tahun 2021 wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung berjumlah 100 jiwa dari wisatawan manca negara dan 1.836.575 jiwa dari wisatawan domestic, maka jumlah wisatawan di tahun 2021 yaitu 1.836.675 jiwa. Pada tahun 2022 wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung berjumlah 17.460 jiwa dari wisatawan manca negara dan 3.782.823 jiwa dari wisatawan domestic, maka jumlah wisatawan di tahun 2022 yaitu 3.784.569 jiwa. Berdasarkan hasil dari analisa pada data diatas, tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan dengan jumlah selisis 1.947.894 jiwa. Fenomena 2021 di berlakukannya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), menurut Yuniarto

(dalam Kompaspedia.com, 2021) setelah melaksanakan program vaksinasi, tindakan berikutnya adalah mengajak masyarakat untuk membatasi kegiatan mereka demi mengurangi risiko penularan yang meluas. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) diterapkan dengan sangat ketat, dengan tingkat kriteria bervariasi dari level 1 hingga level 4, tergantung pada jumlah kasus aktif setiap 100.000 penduduk. Dan pada tahun 2022, Presiden RI Joko Widodo mengumumkan secara resmi pencabutan pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) setelah melakukan evaluasi dan pertimbangan terhadap perkembangan selama sekitar 10 bulan. Hal ini diumumkan dalam intruksi Mendagri nomor 50 dan 51 Tahun 2022. Pandemi *Covid-19* belum berakhir, maka masyarakat tetap diminta tetap waspada dengan sekitarnya (Rokom dalam sehatnegriku.kemendes, 2022). Maka dari fenomena di atas, peningkatan wisatawan di Kota Bandung sangat pesat, karena bisnis dan ekonomi pada saat itu mulai tumbuh kembali, kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan dan *corporate* berjalan kembali dan pariwisata pada saat itu bangkit dan memulai menjadi lebih kuat. Dengan adanya peningkatan wisatawan maka banyaknya permintaan untuk memfasilitasi akomodasi mereka.

Gambar 1.
5 Usaha Akomodasi Kabupaten/Kota Terbanyak di
Jawa Barat 2022



Sumber : Badan Pusat Statistika Tahun 2020-2022

Hasil klasifikasi data di atas Kota Bandung banyaknya jumlah kamar yang tersedia mencerminkan kemampuan hotel untuk menampung tamu. Berdasarkan data di atas adalah 5 Kota/ Kabupaten di Jawa Barat yang mempunyai usaha akomodasi yang terbanyak menurut klasifikasi. Menurut hasil di atas Kota Bandung memiliki 24.407 kamar (25,70 persen) dan 38.428 tempat tidur. Kedua, Kabupaten Bogor memiliki 12.092 kamar (12,73 persen) dan 19.303 tempat tidur. Ketiga, Kabupaten Pangandaran memiliki 6.527 kamar dan 10.202 tempat tidur. Keempat, Kota Bogor memiliki 5.874 kamar dan 9.110 tempat tidur. Kelima, Kabupaten Bekasi memiliki 5.214 kamar dan 6.147 tempat tidur. Maka hasil analisis data di atas Kota Bandung memiliki daya tampung lebih banyak untuk memfasilitasi wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung.

Kota Bandung, sebagai destinasi wisata, menawarkan berbagai macam pariwisata, mulai dari pusat perbelanjaan yang menyediakan beragam mulai dari fashion, kafe dan restoran unik dengan ragam makanan dan minuman, hingga beragam objek wisata yang menarik. Selain itu, Bandung juga memiliki sejumlah ruang publik seperti museum, gedung pertunjukan, dan galeri, termasuk Gedung Merdeka yang menjadi tempat bersejarah Konferensi Asia-Afrika, serta Museum Geologi Bandung, dan lainnya. Selain banyaknya museum dan situs bersejarah, Bandung juga memiliki beberapa taman kota yang berfungsi sebagai ruang terbuka hijau dan tempat rekreasi bagi penduduk setempat maupun wisatawan. Dengan demikian, para wisatawan memiliki kebebasan untuk memilih atraksi wisata sesuai dengan preferensi mereka.

Pada hari *weekend* Kota Bandung sangat di penuh oleh wisatawan luar kota maupun wisatawan manca negara untuk berkunjung, biasanya mereka berkunjung untuk melakukan liburan atau *business occasion*. Dari fenomena tersebut maka perlu memfasilitasi sarana dan prasarana untuk menambah kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Untuk mengantisipasi dan melayani para wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri, dan perhatian besar dari pemerintah terhadap sektor perhotelan dapat berkontribusi pada perkembangan pariwisata di Indonesia. Oleh karena itu, hotel memiliki peran yang sangat penting dalam industri pariwisata dengan menyediakan layanan penginapan, makanan dan minuman, serta fasilitas lainnya bagi para wisatawan.

Maka dari itu pesatnya perkembangan jasa akomodasi hotel di Kota Bandung dari mulai hotel non bintang sampai hotel berbintang. Wisatawan

pastinya memilih menginap di hotel sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya masing – masing dengan pelayanan dan fasilitas yang memuaskan. Persaingan bisnis Hotel Bintang 3 juga semakin ketat, terutama di pusat kota. Dengan kehadiran kereta Listrik cepat (Whoosh) di Bandung menjadikan potensi properti di kota tersebut sangat menjanjikan. Ini disebabkan Bandung merupakan destinasi favorit wisata bagi penduduk Jabodetabek, yang tidak lagi memerlukan kendaraan pribadi untuk berkunjung. Dampaknya, Pembangunan hotel akan meningkat secara signifikan, tidak hanya untuk kepentingan pariwisata tetapi untuk acara MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) (Sandi F dalam [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com), 2023).

Maka dari itu penerapan strategi harga pada hotel sangat penting, karena akan mempengaruhi pemasaran kepada konsumen untuk keputusan menginap. Cara pandang terhadap kualitas suatu produk atau layanan juga memiliki dampak pada keputusan perusahaan dalam menetapkan harga. Ketika sebuah perusahaan berusaha membangun citra yang prestisius, mereka sering kali memilih untuk menaikkan harga produk mereka. Pelanggan biasanya mengaitkan harga yang tinggi dengan kualitas yang baik. (Mulyana, 2019)

Berdasarkan data di bawah adalah data competitor bintang 3 yang berada di kawasan Pasir Kaliki Bandung:

Tabel 2.
Data Direct Competitor Hotel Bintang 3 kawasan Pasir Kaliki

Hotel Bintang 3	Alamat
Mutiara Hotel and Convention Bandung	Jl. Kebon Kawung No.60, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
Cemerlang Hotel	Jl. HOS. Cokroaminoto Jl. Pasir Kaliki No.45, Arjuna, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172
favehotel Hyper Square	Paskal Hyper Square, Jl. Pasir Kaliki No.25 - 27, Ciroyom, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181
YELLO Hotel Paskal – Bandung	Paskal Hyper Square, Jl. Pasir Kaliki No.25, Ciroyom, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181
Hotel Santika Pasir Kaliki	Jl. Pasir Kaliki No.78, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
Hotel Citradream Bandung	Jl. Pasir Kaliki No.36-42, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
Summerbird	Jl. Kesatria No.11, Arjuna, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172
Fabu Hotel	Jl. Kebon Jati No.32, Kb. Jeruk, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181
Serela Waringin Hotel	Jl. Kelenteng No.30-33, Ciroyom, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Hotel El Cavana adalah salah satu hotel bintang 3 yang berada di pusat Kota Bandung. Untuk lokasinya sendiri sangat strategis dari pusat perbelanjaan yang populer di Bandung, mudah akses transportasi umum, dekat dengan stasiun kota Bandung dan Bandar Husein Sastranegara, dan pusat kuliner yang terkenal di Bandung. Hotel ini juga menawarkan konsep bisnis dan resort dengan *modern* minimalis desain dengan jumlah 106 kamar. Yang menambah daya tarik dari hotel ini juga menyatu dengan tempat hiburan yaitu *El Cavalo*, dan memiliki ballroom & meeting room yang di sewakan untuk tamu wedding atau pun tamu yang akan meeting di hotel tersebut. Penerapan segmentasi pasar di hotel El

Cavana, meliputi tamu FIT, Group, Corporate, dan Government, Travel Agent, Whole Seller untuk memenuhi tingkat hunian kamar. Dalam penerapan segmentasi pasar, hotel akan menerapkan penetapan harga kamar sesuai dengan segmentasi pasar.

Penetapan suatu harga di hotel adalah strategi hotel untuk mengoptimalkan pendapatan. Harga pokok kamar hotel inilah yang selanjutnya berpengaruh terhadap proses penentuan harga kamar hotel itu sendiri. Harga pokok produksi yang tidak tepat memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga yang seharusnya ditawarkan. (Harwindito & Rizka Wulandari, 2022).

Penetapan harga dinamis (*Dynamic Pricing*), juga dikenal sebagai *surge pricing*, *demand pricing*, atau *time-based pricing*, adalah strategi harga yang berubah-ubah seiring waktu. Ini melibatkan menetapkan harga yang fleksibel untuk produk atau layanan berdasarkan permintaan pasar saat ini. Bisnis dapat menyesuaikan harga dengan menggunakan algoritma yang mempertimbangkan harga pesaing, ketersediaan barang, permintaan, dan faktor-faktor eksternal lainnya. Strategi harga dinamis ini umumnya digunakan di industri seperti perhotelan, pariwisata, hiburan, ritel, listrik, dan transportasi umum. Tiap industri membutuhkan pendekatan yang unik untuk menyesuaikan harga sesuai dengan kebutuhan dan permintaan produknya (Putri, 2017).

Tabel 3.
Budget vs Actual Hotel El Cavana Bandung 2023

2023			
ARR			
Month	Actual	Budget	Variance
Januari	383.164	399.064	- 15.900
Februari	380.988	370.633	10.355
Maret	365.552	387.150	- 21.598
April	423.531	339.440	84.091
Mei	357.293	464.809	- 107.516
Juni	371.320	393.214	- 21.895
Juli	363.115	390.486	- 27.370
Agustus	370.718	385.704	- 14.986
September	363.014	382.963	- 19.949
Oktober	363.770	413.451	- 49.682
November	402.974	409.125	- 6.151
Desember	458.598	460.204	- 1.606
Average	383.670	405.066	- 192.207

Sumber : Hotel El Cavana Bandung

Berdasarkan dari Table 3 *budget* (anggaran) dan *actual* (aktual) di Hotel El Cavana Bandung pada tahun 2023, terdapat kesimpulan yang dapat di tarik yaitu terdapat variasi yang signifikan dalam kinerja bulanan hotel. Dapat diambil dari total rata – rata tahun 2023 bahwa *actual* (aktual) yang di dapat dengan nilai 383.670 tidak memenuhi *budget* (anggaran) dengan nilai 405.066 yang di perkirakan pada tahun 2023. Meskipun beberapa bulan berhasil mencapai atau melampaui target, ada juga bulan di mana hotel tidak mencapai target yang ditetapkan. Variasi ini mungkin dipengaruhi oleh faktor -faktor seperti musim liburan, acara khusus, dan kondisi ekonomi secara umum. Meskipun jumlah kamar yang tersedia relatif stabil sepanjang tahun, terdapat perbedaan antara anggaran dan aktual. Ini menunjukkan bahwa hotel mungkin menghadapi tantangan dalam mengatasi penerapan harga sesuai dengan target

yang telah ditetapkan. Meskipun beberapa bulan mencapai atau melampaui target yang ditetapkan, terdapat juga bulan di mana rata – rata harga kamar di bawah target. Penerapan harga kamar di hotel memiliki dampak langsung terhadap pendapatan. Meskipun harga kamar yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan, beberapa bulan menunjukkan ARR (*Avarage Room Rate*) di bawah target yang mengakibatkan penurunan dari yang diharapkan. Ini menunjukkan pentingnya penerapan harga kamar yang efektif untuk meningkatkan pendapatan secara konsisten. Data ini menyoroti pentingnya perencanaan strategi untuk meningkatkan kinerja pentuan harga kamar yang dinamis (*Dynamic Rate*) hotel di masa mendatang. Langkah-langkah penerapan penetapan harga, efektivitas, penerapan yang memengaruhi daya tarik konsumen dapat membantu hotel mencapai dan melebihi target yang ditetapkan.

Dari hasil data diatas ini membuat penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Penetapan Harga Kamar terhadap Keputusan Menginap Tamu FIT (*Free Individual Traveler*) di Hotel El Cavana Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara penetapan harga di Hotel El Cavana Bandung?
2. Bagaimana keputusan menginap tamu FIT (*Free Individual Traveler*) di Hotel El Cavana Bandung?
3. Bagaimana pengaruh harga di Hotel El Cavana Bandung terhadap tamu untuk menginap?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran penetapan harga di Hotel El Cavana Bandung
2. Untuk mengetahui pandangan tamu dalam memutuskan menginap di Hotel El Cavana Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga di Hotel El Cavana Bandung terhadap keputusan tamu menginap.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk Penulis

Penulis membuat penelitian ini dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam menyelesaikan program study Pengelolaan Perhotelan (D4) di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Untuk Pembaca

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan pembaca tentang pengaruh penetapan harga terhadap pemutusan menginap di Hotel El Cavana Bandung.

3. Untuk Perusahaan

Penulis membuat penelitian ini dengan harapan agar menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan, dengan mempertimbangkan saran-saran yang disampaikan oleh penulis.