BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perdebatan mengenai afiliasi merek versus operasi independen selalu dibahas berulang-ulang di bidang perhotelan selama beberapa kurun waktu tertentu, tetapi keingintahuan terhadap subjek ini tidak pernah berkurang. Di era di mana pengukuran kinerja menjadi semakin rumit, kebutuhan informasi dalam bisnis ini terlihat jelas menjadi semakin dibutuhkan. Pertanyaan tentang sering muncul adalah apakah hotel *chain* nyatanya lebih disukai oleh konsumen daripada yang independen atau justru sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap beberapa perspektif baru tentang masalah ini dengan menggunakan data dan pertanyaan yang ditujukan untuk memberikan jawaban atas masalah tersebut. Data ini berlaku tidak hanya untuk pemain-pemain besar, seperti perusahaan waralaba hotel, jaringan hotel internasional, dan konglomerat *real estate*, tetapi juga berlaku bagi manajer hotel yang lebih kecil atau pemilik hotel independen yang membutuhkan panduan untuk dijadikan dasar strategi operasional mereka di masa depan. Secara spesifik, pelaku bisnis perhotelan dapat mempertimbangkan opsi menjadi atau tetap independen, atau mendapatkan standarisasi dari afiliasi alternatif. Karena industri hotel ini tumbuh tidak semata-mata hanya dari segi ukuran, melainkan juga pada sisi ekspektasi *Return On Investment*, medan bisnisnya telah berubah dari dominasi hotel milik pribadi menjadi afiliasi-afiliasi merek dan perusahaan

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

multinasional yang lebih besar (Cai dan Hobson, 2004; Bailey dan Ball, 2006; Bailey, 2007; Lomanno, 2010).

Hotel pribadi atau yang dimiliki secara independen telah diteliti secara mendalam dan telah diargumentasikan secara luas sebagai format hotel yang paling efisien karena terbatasnya gangguan dari masalah agensi atau masalah biaya. Tetapi, penelitian baru-baru ini menemukan bahwa format ini mungkin tidak sebagus yang diargumentasikan karena hotel yang independen bisa menjadi format yang kurang efisien dikarenakan sistem manajerial, rekrutmen karyawan, dan proses pengambilan keputusan bergantung sepenuhnya pada struktur kepemilikan kecil (pemilik) yang seringkali memiliki ketebatasan di bidang kuasa dan pengetahuan (Schulze, 2001).

Di sisi lain, afiliasi dengan jaringan hotel tertentu biasanya diikuti dengan paket-paket kemudahan yang bermanfaat bagi calon operator hotel di industri ini. Operasional *chain hotel* yang besar mengembangkan dan mempertahankan daya beli kumulatif sentral, kesadaran merek, sistem pemesanan, sistem distribusi global, program loyalitas, program manajemen hasil/pendapatan, dan aktivitas penjualan dan pemasaran yang tidak dapat ditandingi oleh bisnis hotel independen. Manfaat ini tentunya tidak tanpa biaya, dan biaya ini bisa menjadi sangat mahal atau lebih murah tergantung pada sejauh mana kolaborasi yang disepakati (Rushmore, 2001). Beroperasi secara mandiri memberikan keuntungan dalam bentuk penghematan uang royalti dan biaya pemasaran. Independensi juga memberikan kebebasan

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

kepada pemilik untuk beroperasi secara berbeda dan memasarkan bisnis mereka dengan menitikberatkan kekuatan promosi mereka pada keunikan yang dimiliki oleh hotel independen mereka.

Jelas ada beberapa perbedaan dalam praktik antara hotel *chain* dibandingkan dengan hotel yang independen. Penelitian ini berfokus pada bagaimana perbedaan dalam praktik bisnis tersebut dapat memengaruhi preferensi konsumen antara hotel independen dan hotel *chain*. Mayoritas hotel-hotel besar sangat gencar menguatkan posisi mereka di sebagian besar segmen dan pasar di industri perhotelan. Hal ini menempatkan pihak sebaliknya, yakni pemilik bisnis hotel kecil, berada pada proses yang rentan karena harus membuat keputusan apakah akan berafiliasi atau tetap mandiri. Pertanyaan yang sama akan dihadapi oleh setiap pemain baru yang mencoba masuk ke pasar (pemilik bisnis atau investor).

Di Batam, sektor pariwisata domestik dan internasional terus berkembang pesat, dan hal ini mempercepat pengembangan pasar hotel. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018, sebesar 1.847.872 turis asing berkunjung ke Kota Batam dari total volume wisatawan mancanegara yang mengunjungi Kepulauan Riau yakni sebanyak 2.576.721 orang. Di tahun yang sama, tercatat ada sebanyak 224 hotel di Kota Batam baik yang berbintang maupun tidak berbintang. Pertumbuhan pasar perhotelan meningkatkan intensifitas kompetisi dan menambahkan opsi akomodasi baru bagi wisatawan di industri perhotelan di Batam. Penting bagi manajer hotel untuk memahami bagaimana konsumen memilih hotel dan apa faktor

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

dari hotel yang membuat mereka rela mengeluarkan uang untuk itu (Jones & Chen, 2011; Verma, 2010). Dalam berbagai aspek, pemahaman yang kuat tentang preferensi wisatawan di antara berbagai pilihan akomodasi akan sangat berkontribusi pada manajemen perhotelan dan pariwisata.

Pilihan hotel konsumen dipengaruhi oleh beragam faktor. Elemen-elemen ini terstruktur dalam dimensi yang berhubungan dengan ciri-ciri dari produk hotel, rencana pemasaran, dan karakteristik pribadi konsumen. Dalam penelitian ini, elemen-elemen yang dinilai dapat mempengaruhi pilihan konsumen adalah citra merek, harga, kepercayaan, nilai, kualitas, lokasi dan ulasan online. Citra merek berfungsi sebagai bagian dari aspek hotel yang dinilai konsumen untuk mengenali keinginan dan kebutuhan mereka dalam pemilihan merek hotel tertentu dan membedakannya dengan pesaing lain. Harga sendiri adalah salah satu aspek terpenting dari hotel, yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap preferensi mereka dalam pemilihan akomodasi.

Konsumen biasanya lebih berhati-hati dalam perilaku mereka sebelum memesan hotel, itulah sebabnya tidak adanya kepercayaan terhadap hotel tertentu dapat menjadi hambatan yang cukup besar sehingga menyurutkan niat konsumen unutk memesan kamar di hotel tersebut. Kualitas hotel juga berperan dalam meningkatkan harapan konsumen serta mempromosikan hubungan penting antara hotel dan konsumen. Selain itu, konsumen hampir dipastikan akan lebih memilih lokasi hotel yang berdekatan dengan berbagai macam fasilitas publik dan tempat hiburan.

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

Ulasan online menyediakan informasi terkini tentang hotel yang mudah diakses. Ulasan yang positif dapat mengarah pada sikap balasan yang positif terhadap hotel serta dapat meningkatkan jumlah pemesanan kamar di sebuah hotel secara signifikan.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai referensi, pada 17 Juli 2017, Best Western OJ Hotel di Malang, Jawa Timur, mengumumkan strategi baru mereka dalam mengembangkan bisnisnya. Agar huniannya menembus di atas 70 persen, nama hotel yang sebelumnya Best Western OJ Hotel berganti nama menjadi The 101 Malang OJ. Ini termasuk mengubah afiliasi mereka dari grup *Best Western* yang diakui secara internasional, menjadi grup lokal *Panorama Hotel Management*. Perubahan nama juga disertai dengan perubahan konsep. Managing Director PHM Hospitality, Satria Wei menyatakan, ada dua target yang ingin dicapai dengan perubahan nama. Itu untuk meningkatkan pendapatan sambil memastikan tingkat hunian kamar.

Di Batam sendiri terdapat beberapa operator hotel yang juga mengambil langkah yang sama. Direktur PT Graha Pratama, Anas, selaku pemilik bangunan hotel yang sebelumnya dikelola oleh *Accor Hotels* sebagai Novotel Batam, tertanggal 01 Januari 2018, sudah resmi beralih ke *brand Travelodge* demi menawarkan nuansa baru dan harga yang lebih kompetitif kepada konsumen. Adapun bekas bangunan Hotel Mercure yang juga berada di bawah grup *Accor Hotels* kini beralih independen di bawah

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

manajemen baru dan berganti nama menjadi Beverly Hotel. Tindakan ini menunjukkan bahwa tidak semua standar dari jaringan hotel besar akan efektif dalam memastikan keuntungan bagi yang lain.

Contoh lain adalah Evitel Hotel, yang berlokasi di kawasan Nagoya Hills, Batam. Dulunya hotel independen yang dikenal sebagai Golden Virgo Hotel, pada 16 Maret 2017, di-*rebrand* sebagai Evitel Hotel yang sekarang dikelola oleh *Asiawood Hotels & Reso*rts dan bekerja sama dengan PT. Arya Jaya Sukses dengan tujuan memenuhi kebutuhan akomodasi di Batam. CEO dan Presiden Direktur *Asiawood Hotel Management*, Anies Heriyanto Wibowo, menjelaskan bahwa The Evitel Hotel adalah hotel bintang tiga plus, hadir dengan konsep berbeda dengan mempertahankan bangunan hotel Hotel Golden Virgo sebelumnya. Perubahan ini secara langsung menunjukkan bahwa ketika sebuah hotel independen gagal memenuhi target laba, hotel tersebut dapat memilih untuk berafiliasi dengan entitas yang lebih besar atau perusahaan manajemen hotel untuk dapat terus berjalan.

Contoh-contoh yang ditunjukkan di atas mungkin menunjukkan bahwa berafiliasi dengan jaringan hotel atau perusahaan manajemen yang lebih besar akan membawa keuntungan yang diinginkan, tetapi dalam praktiknya hal ini tidaklah selalu benar. Ada hotel independen lain yang berkembang meskipun dimiliki secara individu. Dengan membuat model dari dampak karakteristik wisatawan dan atribut hotel dalam eksperimen variabel yang terpisah secara bersamaan, peneliti ingin menghasilkan wawasan baru yang akan berkontribusi untuk memperdalam pemaknaan dari

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih antara hotel independen atau hotel *chain* di Batam. Penelitian ini akan berpusat pada pertanyaan-pertanyaan di bawah:

1. Apakah citra merek mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?
2. Apakah harga mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?
3. Apakah kepercayaan mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?
4. Apakah nilai mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?
5. Apakah kualitas mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?
6. Apakah lokasi mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?
7. Apakah ulasan online mempengaruhi secara signifikan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel?

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Melihat pernyataan masalah di atas, didapatkan kesimpulan dari tujuan penelitian ini adalah:

1. Memprediksi signifikasi pengaruh citra merek pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.
2. Memprediksi signifikasi pengaruh harga pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.
3. Memprediksi signifikasi pengaruh kepercayaan pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.
4. Memprediksi signifikasi pengaruh nilai pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.
5. Memprediksi signifikasi pengaruh kualitas pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.
6. Memprediksi signifikasi pengaruh lokasi pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.
7. Memprediksi signifikasi pengaruh ulasan online pada preferensi konsumen dalam memilih hotel.

Hasil penelitian ini akan memungkinkan operator hotel untuk menggunakan sumber daya terbatas mereka dengan bijak dan desain dan layanan produk hotel yang lebih baik dalam meningkatkan persaingan di industri perhotelan.

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penyusunan urutan isi peneltian mengikuti susunan berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

   Membahas latar belakang penelitian, rumusan permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat serta sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II: KERANGKA TEORETIS dan PERUMUSAN HIPOTESIS

   Berisi dasar penelitian seperti teori pendukung, kerangka kerja penelitian, serta hipotesis.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

   Membahas variabel, definisi operasional, sampel dan populasi, jenis data dan sumbernya, serta teknik pengumpulan dan analisis data-data penelitian.

4. BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

   Membahas hasil olahan data serta diskusi, analisa objek penelitian dan penjelasan tentang hasil dan pembahasannya.

5. BAB V: KESIMPULAN, KETERBATASAN dan REKOMENDASI

   Membahas kesimpulan penelitian, keterbatasan, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dan implikasi manajerial.

Wendy Calvindo. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen antara Hotel Independen dan Hotel Chain di Kota Batam.
UIB Repository©2019