

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata tidak dapat dipisahkan dengan industri penginapan. Pariwisata merupakan suatu fenomena global yang universal, dan telah menjadi suatu kebutuhan dasar kehidupan manusia untuk memperoleh keseimbangan hidup dan kesejahteraan. Potensi daya tarik wisata saat ini telah dikembangkan menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Pilihan tersebut didasarkan pada fakta bahwa pariwisata merupakan industri yang khas. Industri ini sulit dibatasi oleh beberapa faktor seperti kondisi alam, sosial, dan budaya, namun industri ini tetap dapat menghasilkan pemasukan bagi negara, seperti menghasilkan devisa, membuka lapangan kerja, menciptakan peluang usaha baru, dan mendorong kreativitas masyarakat (Shambodo, 2020)

Menurut World Travel & Tourism Council (WTTC), di tahun 2019, sektor pariwisata menyumbang 10,4% dari Produk Domestik Bruto secara global dan memberikan kesempatan lapangan kerja bagi lebih dari 330 juta orang. Pariwisata tidak hanya dijadikan sebagai sumber pendapatan utama bagi suatu negara, tetapi menjadi salah satu yang memberikan dampak untuk pertumbuhan ekonomi, Pembangunan infrastruktur, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan gambar 1.1, Industri pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor industri yang penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, jumlah wisatawan Nusantara pada semester 1-2023 memiliki kenaikan 12,57% atau 433,57 juta perjalanan dari

2022. Sedangkan, jumlah pengunjung wisatawan mancanegara pada Juli 2023 meningkat sebesar 196,85% atau 6,31 juta kunjungan dibandingkan tahun 2022. Pada data bulan Januari sampai November 2024, jumlah wisatawan mancanegara yang memasuki Indonesia mengalami peningkatan sebesar 20,17% atau 12.658.048 dibandingkan tahun 2023 yang hanya sebesar 10.533.283. Angka ini didominasi oleh turis yang berasal dari Malaysia, Australia, dan Singapura.



Gambar 1. 1 Tren Kunjungan Bulanan 2022 – 2024

Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2023)

Dalam konteks akomodasi pariwisata terdapat perbedaan antara hotel dan penginapan, yang keduanya dapat dilihat dari bagaimana kedua sektor tersebut memenuhi kebutuhan konsumen dengan karakteristik yang berbeda. Biasanya hotel akan menawarkan fasilitas yang lengkap dengan standar pelayanan yang baik dan harga yang relatif tinggi, tetapi penginapan justru menggunakan konsep yang

sederhana dengan harga yang lebih terjangkau. Menurut Rismadayanti., (2020), terdapat beberapa perbedaan pada hotel dan penginapan, diantaranya:

Ukuran ruangan yang menjadi perbedaan pertama dapat terlihat pada jenis tempat tidur yang disediakan pada hotel, sedangkan penginapan menawarkan beberapa jenis kamar yang lebih beragam. Fasilitas properti pada hotel biasanya menyediakan sejumlah fasilitas, seperti pusat kebugaran, kolam renang, dan area spa. Sedangkan penginapan tidak memiliki atau tidak menyediakan fasilitas tersebut. Fasilitas kamar pada hotel dan penginapan biasanya menyediakan fasilitas seperti, televisi, sofa, dan wifi. Yang membedakannya adalah hotel cenderung lebih maju dalam hal teknologi, sedangkan penginapan cenderung menggunakan teknologi yang cukup sederhana. Selanjutnya adalah perbedaan dari segi harga, secara umum penginapan menawarkan harga yang lebih murah dan lebih banyak diskon dibandingkan kebanyakan hotel. Hotel biasanya menawarkan harga yang lebih tinggi karena fasilitas yang premium, sedangkan penginapan menawarkan harga yang lebih terjangkau. Target konsumen, hotel biasanya menyasar target konsumen seperti bisnis traveler, keluarga, atau wisatawan, sedangkan penginapan menyasar target konsumen seperti backpacker, grup kecil, atau wisatawan.

Penginapan berfungsi sebagai sarana akomodasi bagi wisatawan maupun pelaku bisnis, baik untuk beristirahat maupun mencari tempat makan dan minum. Fasilitas yang ditawarkan penginapan bervariasi tergantung dengan klasifikasi bintangnya, semakin tinggi bintang suatu penginapan, maka akan semakin lengkap fasilitas yang disediakan oleh penginapan tersebut. Industri penginapan dianggap sebagai suatu industri yang memberikan keuntungan dan juga akan selalu mengalami perkembangan. Hotel dan penginapan akan selalu dibutuhkan oleh para

wisatawan yang mendatangi suatu kota tertentu. Oleh karena itu hotel akan selalu dikaitkan dengan industri pariwisata.

Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO), jumlah wisatawan internasional mengalami penurunan sebesar 74% di tahun 2020 yang berdampak pada kerugian ekonomi sebesar US\$1.3 triliun akibat dari adanya kekhawatiran terkait masalah kesehatan dan kualitas pelayanan. Kedua hal tersebut menyebabkan perubahan terkait preferensi dan perilaku konsumen, dimana kesehatan, kebersihan, dan keamanan menjadi prioritas utama. Dalam hal ini, salah satu sektor industri yang mengalami perubahan secara global adalah industri pariwisata. Penginapan secara global lebih memperhatikan aspek kesehatan dan kebersihan, serta mengadopsi protokol kesehatan yang ketat untuk memastikan pelayanan dan keamanan kepada pelanggan. Kualitas layanan dan harga menjadi salah satu faktor kunci dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan pilihan akomodasi dan niat mereka untuk kembali menginap.

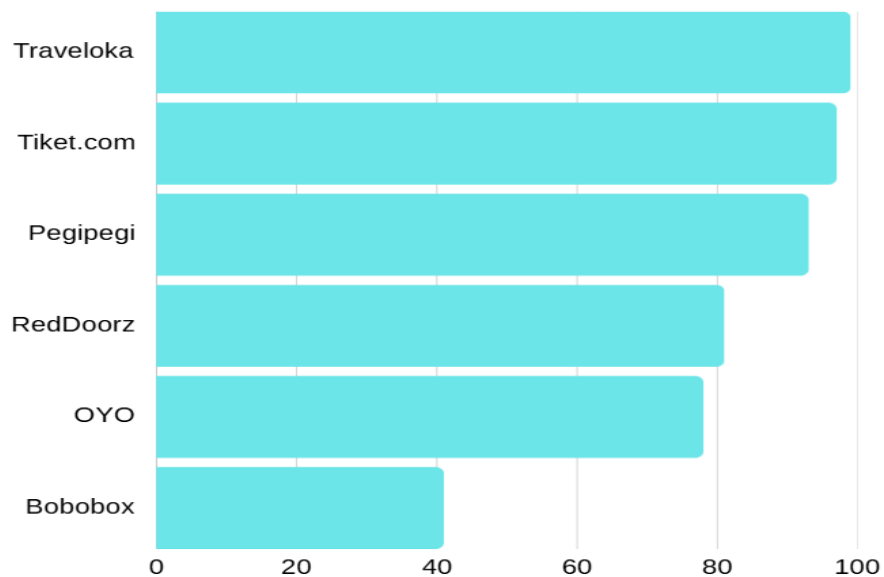
Perubahan preferensi dan perilaku konsumen dalam memilih akomodasi dapat diakibatkan dari adanya kekhawatiran konsumen saat menginap di hotel. Faktor – faktor seperti pelayanan dan keamanan menjadi faktor utama bagi konsumen dalam memilih tempat singgah. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian ulang terhadap suatu hotel atau penginapan. Niat pembelian ulang merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam perilaku konsumen, dan konsep ini sudah ada sejak tahun 1960-an.

Niat pemesanan ulang dalam industri penginapan merujuk kepada kecenderungan konsumen dalam memilih kembali layanan atau fasilitas yang

ditawarkan oleh suatu perusahaan penginapan. Hal ini tidak hanya mencerminkan keinginan konsumen untuk memilih kembali, tetapi juga memperlihatkan adanya beberapa faktor lain yang mempengaruhi perilaku tersebut. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pemesanan ulang bagi konsumen, yaitu kualitas pelayanan dan harga. Kualitas layanan dalam konteks industri pariwisata, merupakan persepsi wisatawan terhadap layanan dan kualitasnya, serta sejauh mana penyedia layanan dan manajemen pariwisata memenuhi kebutuhan wisatawan (Wang et al., 2024). Mengimplementasikan layanan yang berkualitas menjadi salah satu langkah penting untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Layanan yang ramah, responsif, dan efisien dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Mulady dan Sumadi (2023), kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen yang muncul ketika seseorang membandingkan antara kinerja suatu produk atau layanan dengan ekspektasi yang dimiliki sebelumnya. Ketika harapan konsumen tidak terpenuhi, hal ini dapat memicu ketidakpuasan yang berpotensi konsumen akan berpindah ke merek lainnya.

Menurut website RedDoorz (2025), menjelaskan bahwa RedDoorz merupakan jaringan penginapan budget online terbesar yang ada di Indonesia. Penginapan ini berfokus pada pengembangan penginapan dan distribusi penjualan secara online. RedDoorz menjadi penyedia jasa yang dapat menyeleksi properti untuk diajak bekerja sama secara langsung dan terikat komitmen dengan brand RedDoorz yang mempunyai standarnya sendiri, yaitu minimal properti harus memiliki mineral water, AC, free WiFi, clean toilet, towels, water heater, dan 24/7 service.

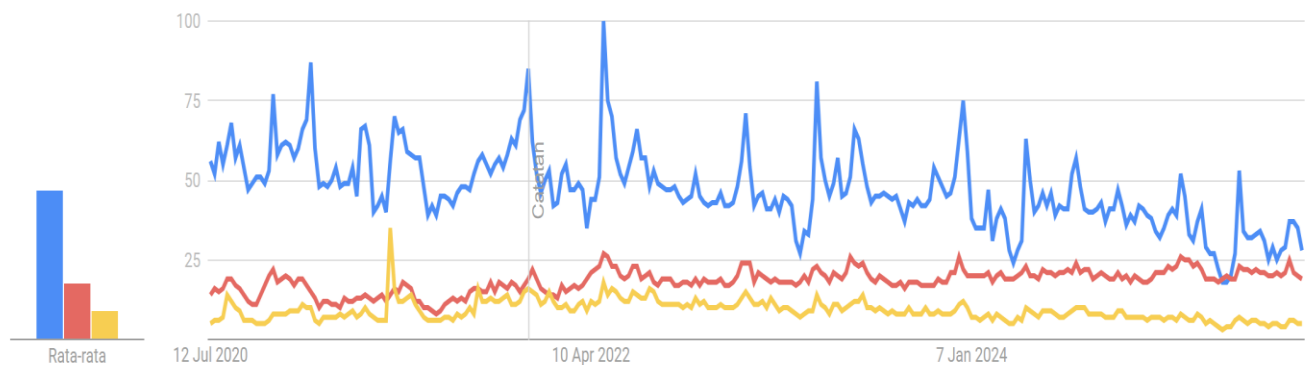
Startup Perjalanan & Perhotelan Paling Populer di Indonesia Tahun 2022



Gambar 1. 2 Startup Perjalanan & Perhotelan Paling Populer di Indonesia Tahun 2022

Sumber: DataBooks (2022)

Berdasarkan gambar 1.2, dapat dilihat bahwa penginapan RedDoorz mendapatkan hasil 81%, posisi tersebut memposisikan RedDoorz diatas OYO dan Bobobox yang juga merupakan kompetitor utama dalam kategori penginapan dengan harga terjangkau. RedDoorz menjadi salah satu penginapan yang paling banyak dicari seiring dengan meningkatnya pertumbuhan dari industri pariwisata dan peningkatan mobilitas dari masyarakat. Hal tersebut menandakan bahwa RedDoorz memiliki daya tarik tersendiri, terkhusus sebagai penginapan hotel budget di Indonesia.



Gambar 1. 3 Tren Pencarian RedDoorz (Biru), Airbnb (Merah), dan Bobobox (Kuning)

Sumber: Google Trends (2025)

Seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.3, RedDoorz menjadi pilihan yang diminati oleh para wisatawan atau traveler ketika sedang melakukan liburan atau melakukan perjalanan bisnis. RedDoorz merupakan perusahaan yang berjalan di bidang teknologi perhotelan dan merek penginapan yang berbasis di Singapura. RedDoorz didirikan pertama kali pada tahun 2015 di Jakarta. Dilansir dari website RedDoorz (2025), saat ini RedDoorz memiliki beberapa standar operasional pelayanan yang dapat menjamin kenyamanan konsumen yang akan menginap di sana. Standar tersebut diantaranya, kasur yang bersih, kamar mandi yang bersih, ketersediaan air minum, televisi, adanya jaringan wifi, dan kelengkapan amenities. Pelayanan yang diberikan RedDoorz kepada pelanggan menjadi salah satu hal yang berbeda dibandingkan dengan para kompetitor lainnya. Harga yang kompetitif dan lokasi yang strategis menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen yang menginginkan pelayanan yang maksimal tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebih.

Melalui perkembangan dan keunggulan yang dimiliki RedDoorz, penginapan ini dapat bersaing dengan para kompetitornya. Salah satunya RedDoorz menawarkan beberapa pilihan terkait propertinya yang dapat dipilih oleh konsumen, diantaranya seperti RedDoorz, RedDoorz Plus, dan RedDoorz Premium. Dikutip dari laman web RedDoorz, RedDoorz Premium ini menawarkan beberapa keuntungan, seperti harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, banyak pilihan kamar, banyak fasilitas menarik, dan suasana kamar yang nyaman.

Penelitian ini ditujukan pada industri penginapan di Indonesia khususnya RedDoorz sebagai objek penelitian karena terdapat beberapa alasan. Pertama, industri penginapan merupakan salah satu sektor penting yang mendukung pertumbuhan pariwisata dan perekonomian Indonesia. Kedua, harga menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pilihan penginapan, terutama di tengah meningkatnya kebutuhan akan perjalanan yang efisien dan hemat biaya. Meskipun faktor kebersihan dan keamanan tetap penting, banyak konsumen kini lebih memperhatikan keseimbangan antara harga dan manfaat yang mereka peroleh. Penginapan yang menawarkan harga kompetitif namun tetap memberikan pelayanan yang layak dan nyaman akan lebih dipilih oleh konsumen, karena dinilai memberikan nilai yang sepadan dengan pengeluaran mereka. Ketiga, Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar, dengan destinasi wisata yang beragam dan jumlah wisatawan yang terus meningkat.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian SPR et al., (2022) yang berkaitan dengan lokasi. Penelitian SPR et al., (2022) dilakukan di Negara Malaysia, namun penelitian yang dilakukan oleh penulis dilakukan di Negara Indonesia. Kemudian objek yang diteliti pada penelitian sebelumnya berfokus pada

industri perhotelan di Malaysia sedangkan penelitian ini berfokus pada objek penginapan RedDoorz. Terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gücal & Gürbüz., (2024), terkait perbedaan objek dan lokasi penelitian yang dilakukan di industri fitness di Turki. Terdapat gap penelitian yang dilakukan oleh Cipto & Erdiansyah., (2020), perbedaan penelitian ini terdapat pada objek produk dan lokasi penelitian yang merupakan produk levi's yang berlokasi di Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat pemesanan ulang pada industri penginapan di Indonesia ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap niat pemesanan ulang pada industri penginapan di Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang di industri penginapan di Indonesia
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap niat pembelian ulang pada industri penginapan di Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan wawasan terhadap informasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi niat pembelian ulang terhadap industri penginapan di Indonesia.

Serta dapat dijadikan bahan kajian untuk penelitian terkait atau penelitian lain yang dikembangkan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi para pemilik bisnis penginapan untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan, kenyamanan dan harga yang dapat mempengaruhi niat pembelian ulang konsumen dalam memilih penginapan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen ketika mereka akan melakukan pemesanan pada penginapan. Konsumen dapat memperhatikan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh penginapan, sehingga konsumen bisa membentuk persepsi positif dan mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pemesanan ulang di penginapan tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Bagian ini, peneliti akan memaparkan mengenai Gambaran yang berkaitan dengan susunan penulisan dari penelitian ini. Hal ini dilakukan agar penelitian dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca. Bagian – bagian yang terdapat dalam penulisan yaitu :

Bab I: Pendahuluan

Bab ini, peneliti membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis), dan sistematika penelitian.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini, peneliti membahas mengenai teori dari setiap variabel penelitian secara rinci dan memberikan penjelasan mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian. Dalam bab ini peneliti juga menjelaskan pengembangan hipotesis penelitian dari setiap variabel penelitian dan menyediakan kerangka masalah dari penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini, peneliti membahas mengenai penjelasan jenis penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, populasi, sampel, pengumpulan data, pengujian instrument penelitian, dan analisis data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini, peneliti membahas mengenai proses analisis data yang dimulai dari data yang dikumpulkan saat menyebarkan kuesioner, dan hasil pengukuran yang diolah menggunakan alat yang sesuai.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini, peneliti membahas mengenai Kesimpulan, ringkasan dari implikasi manajerial, rekomendasi yang diajukan sebagai pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan (penelitian selanjutnya), dan identifikasi keterbatasan penelitian yang dilakukan.