

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern ini, pariwisata telah berkembang pesat menjadi suatu industri yang banyak dibutuhkan oleh manusia. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin beragamnya pemuas kebutuhan itu sendiri. Penyelenggaraan jasa tersebut merupakan perangkat yang penting dan juga sebagai sektor andalan yang mampu menjadi salah satu penghasil devisa, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Negara Indonesia, tidak pernah diragukan lagi keindahan panorama alamnya, yang tentu menjadi pemikat tersendiri bagi turis mancanegara maupun domestik untuk berwisata di berbagai bagian belahan negara ini. Dari barat ke timur, sudah terbukti kesuburan dan keindahannya. Hal ini menjadikan wisata Indonesia merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian bangsa. Membaiknya perekonomian negara telah mengubah pola konsumsi dari sebagian masyarakat. Dan dengan adanya perubahan tersebut telah menciptakan peluang usaha secara makro bagi pelaku usaha.

Pariwisata merupakan ekonomi penting di negara Indonesia. Hal ini

menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit.

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alamnya memiliki kombinasi iklim tropis. Terdiri dari 17.508 pulau, yang 6.000 pulau di antaranya tidak dihuni. Serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa, dan juga merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia.

Indonesia terbagi menjadi lima kepulauan yaitu Pulau Sumatra, Pulau Jawa, Pulau Kalimantan, Pulau Sulawesi, dan Pulau Papua. Tetapi Pulau Jawa menjadi yang paling istimewa, karena Ibukota negara ini berada di Pulau Jawa bagian barat tepatnya di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta).

Pulau Jawa merupakan pulau ketiga belas terbesar di dunia, dan terbesar kelima di Indonesia yang memiliki 136 juta penduduk. Mayoritas penduduknya menggunakan bahasa Jawa dan sebagian besar beragama Muslim, namun terdapat beragam aliran kepercayaan, agama, kelompok etnis, serta budaya di pulau ini. Secara administratif pulau ini terbagi menjadi enam provinsi yaitu Propinsi Jawa Barat, Propinsi Banten, Propinsi Jawa Tengah, dan Propinsi Jawa Timur. Serta dua wilayah khusus yaitu Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

Terdiri dari 1.128 suku bangsa, negara ini memiliki keberagaman

Melakukan reservasi Ludruk. merupakan salah satu kesenian Jawa Timuran yang cukup terkenal, yakni seni panggung yang umumnya seluruh pemainnya adalah laki-laki. Setelah itu ada seni Ketoprak, Tari Remo dan parikan, Wayang Kulit Purwa, Topeng dalang di Madura, dan besutan. Ada juga Tari Reog yang merupakan kesenian khas Ponorogo dan merupakan icon kesenian Jawa Timur.

Sedangkan tentang wisata alam di Jawa Timur, pulau ini memiliki banyak sekali tempat hiburan alam yang sangat indah. Didalamnya terbentang berbagai pegunungan berapi, danau, lautan lepas dan pantai, serta wisata bahari lainnya.

Obyek wisata alam yang ada di Jawa Timur antara lain:

1. Gunung Bromo di Pasuruan, Gunung Kelud di Kediri, Gunung Ijen di Banyuwangi.
2. Air terjun Coban Rondo dan Air Terjun Sedudo di Nganjuk.
3. Goa Tabuhan di Pacitan, Gua Lowo di Tulungagung, Gua Umbul Tuk di Blitar, dan Gua Tetes di Lumajang.
4. Taman Nasional Baluran di Banyuwangi, Kebon Raya di Purwodadi Pasuruan
5. Pantai Tanjung Papuma Jember, Pantai Teleng, Pantai Klayar, Pantai Srau di kota Pacitan dan Pantai Plengkung di Banyuwangi.
6. Telaga Sarangan di Magetan, Telaga Ngebel di Ponorogo.
7. Argowisata Batu Malang

Berbicara tentang pariwisata, pasti tidak ketinggalan dengan wisata

kulinernya. Karena kebutuhan makanan adalah hal terpenting yang dibutuhkan seseorang dimanapun mereka berada. Di pulau ini memiliki berbagai macam khas kuliner dengan berbagai varian rasa. Seperti Rujak Soto Banyuwangi, Sate Madura, Pecel Madiun. Rawon, Lontong Balap dan Rujak Cingur dari Surabaya. Bakso Malang, Tape manis Bondowoso, Tempe Kripik khas dari Ngawi. Juga ada Sate Ayam Ponorogo, Dawet Jabung, dan jajanan kahas kota Ponorogo yaitu Jenang Mirah. Serta banyak lagi kuliner khas jawa Timuran lainnya.

Tetapi salah satu kota wisata yang tidak bisa dilewatkan dan harus dikunjungi saat berada di Jawa Timur adalah kota Malang. Merupakan Kota terbesar kedua setelah kota Surabaya. Terletak pada ketinggian 440 sampai 667 meter memberi hawa sejuk dengan suhu rata-rata 24,5 derajat Celcius. Belum lagi adanya pemandangan yang indah dari Gunung Semeru, Gunung Kawi, Gunung Arjuna, puncak pegunungan Tengger dan dekat dengan perkebunan sekitarnya. Sehingga meneer en mevrouw (tuan dan nyonya) Belanda menjadikan kota ini sebagai tempat peristirahatan bila berkunjung ke Indonesia.

Tujuan obyek wisata yang biasa dikunjungi wisatawan di Malang adalah wisata belanja, wisata kuliner, wisata budaya dan juga tempat rekreasi.

Sepanjang jalan di Jantung kota Malang banyak sekali tempat-tempat yang dapat dikunjungi, seperti Mall, Museum, Restaurant-Restaurant, dan lain-lain. Malang pun seperti menjadi miniatur Indonesia

karena sangat mencerminkan keadaan Negara ini dengan segala kehijauan dan keasrian tempatnya. Hal ini sudah banyak diberitakan pada Informasi Wisata dan akan terus berkembang lagi di tahun-tahun ke depannya.

Dari segi geografis, Malang diuntungkan oleh keindahan alam daerah sekitarnya seperti Batu dengan agrowisatanya, pemandian Selecta, Songgoriti atau situs-situs purbakala peninggalan Kerajaan Singosari. Jarak tempuh yang tidak jauh dari kota membuat para pelancong menjadikan kota ini sebagai tempat singgah dan sekaligus tempat belanja. Tidak hanya kebutuhan warga Kota Malang yang dilayani, melainkan juga warga sekitar seperti Blitar, Kediri, dan Tulungagung. Perdagangan ini mampu mengubah konsep pariwisata dari kota peristirahatan menjadi kota wisata belanja.

Banyak obyek wisata yang direkomendasikan di kota ini. Berikut ini referensi serta rekomendasi Tempat Wisata favorit di Malang untuk dikunjungi, seperti:

- Wisata Gunung Bromo
- Wisata Malang Batu: Agro Wisata, Wisata Malang Jatim Park
- Wisata Pulau Sempu
- Sendang Biru
- Pantai Ngliyep di Selatan Malang
- Air terjun Coban Pelangi, Coban Mantem, Coban Rondo
- dan masih banyak lagi yang lainnya.

Selain wisata alam yang menarik, kota yang dikenal dengan kuliner

khasnya bakso malang ini juga sangat terkenal dengan wisata pendidikannya. Terbukti telah terdapat beberapa Universitas unggulan di kota ini yang sudah terkenal diseluruh penjuru kota memiliki kualitas pendidikan terbaik. Seperti Universitas Brawijaya, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Malang, Universitas Gajayana, dan beberapa Universitas swasta lainnya. Sehingga menjadikannya sebagai salah satu pilihan kota yang paling diminati para pelajar untuk menempuh pendidikan.

Melihat banyaknya keistimewaan kota ini maka tidak heran apabila banyak produsen yang ingin memilih membuka bisnis dalam bidang jasa, tepatnya bidang jasa penginapan di kota tersebut dengan pertimbangan menyediakan tempat untuk beristirahat bagi para pendatang yang membutuhkan tempat menginap untuk sementara waktu baik untuk berwisata maupun berbisnis.

Hiburan dan wisata yang menarik selalu dibutuhkan oleh setiap Negara. Hal ini tidak akan bisa lepas dari kebutuhan manusia akan tempat tinggal sementara atau bisa juga disebut sebagai akomodasi. Ini disebabkan karena setiap manusia tidak bisa melakukan kegiatan pariwisata yang jauh dari tempat tinggalnya dengan hanya dijalani dalam jangka waktu yang singkat dan itu membutuhkan sebuah akomodasi.

Pengertian akomodasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah "sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yang bepergian".

Saat ini salah satu akomodasi yang paling diminati oleh wisatawan adalah hotel. Hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan mempergunakan bangunannya baik hanya sebagian maupun secara keseluruhan untuk menyediakan jasa penginapan, yang didalamnya juga menyediakan kebutuhan makan, minum, hiburan serta jasa lainnya bagi kalangan umum. (Surachman, 2005).

Industri hotel telah mengalami perkembangan sangat pesat. Para pengusaha hotel semakin terbuka dalam persaingan antar hotel. Terutama di kota-kota besar dan kota-kota yang memiliki potensi wisata dan mobilitas yang tinggi. Semakin meluasnya industri perhotelan yang modern, mengakibatkan terjadinya perubahan besar dalam kompleksitas permintaan konsumen. Sektor hotel dan restaurant adalah salah satu sektor yang amat penting pada perekonomian Indonesia, dimana sektor ini mengalami tingkat pertumbuhan terbesar kedua dari keseluruhan industri di Indonesia, yaitu sebesar 7,2% (Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2008. 17 Februari 2009) dan diprediksi akan meningkat 5% pada tahun kedepannya (Okezone.com, Kamis 30 Oktober 2012).

Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat serta diiringi dengan kesibukan masing-masing individu yang mengharuskan mereka untuk mampu memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut, dibutuhkan alat untuk membuat segala sesuatunya menjadi lebih mudah. Salah satunya adalah internet.

Menurut Lucas, (1993) yang mengadopsi pada Schroderbek, (1971)

kemajuan teknologi informasi telah mampu menciptakan sebuah jaringan global yang disebut dengan internet. Awalnya pemanfaatan melalui media internet hanya digunakan untuk mendapatkan informasi. Informasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang nyata yang dapat mengurangi derajat ketidakpastian tentang suatu keadaan atau kejadian. Internet menghilangkan semua batas-batas fisik yang memisahkan manusia dan menyatukannya dalam dunia baru, yaitu dunia maya. Internet juga telah mengubah wajah *ekonomi konvensional* yang lambat dan mengandalkan interaksi sumber daya fisik secara lokal menjadi ekonomi digital yang serba cepat dan mengandalkan interaksi sumber daya informasi secara global. Selain itu dengan adanya internet, produk maupun jasa apapun dapat dipasarkan melalui internet dan dapat berinteraksi jual beli melalui internet, yang lebih dikenal dengan Internet Marketing.

Internet marketing adalah salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam hal periklanan agar sampai keseluruhan belahan dunia. Hal terpenting yang harus dilakukan oleh para pelaku **internet** marketing adalah memberikan informasi yang lengkap dan sejelas mungkin, terkait dengan produk atau jasa yang dipasarkan. Hal penting selanjutnya adalah bagaimana mendatangkan pengunjung sebanyak-banyaknya untuk melihat informasi yang telah kita buat sebelumnya. Untuk mendukung dua hal tersebut diperlukan teknik branding, yaitu sebuah teknik untuk membuat kesan indah atau menarik atas produk atau jasa yang telah kita pasarkan. Hal penting terakhir adalah memastikan kita dapat melakukan proses

penjualan dari produk atau jasa yang kita pasarkan (*Yurosie online news, 2011*).

Dengan adanya Internet Marketing, maka perusahaan dapat memanfaatkan kecepatan dan ketepatan teknologi internet dalam menyampaikan informasi (*Gm,Susanto, 2011*). Apalagi dalam penjualan jasa seperti Hotel. Para pengunjung hotel tidak hanya melalui dalam negeri saja melainkan juga dari luar negeri sehingga pengunjung membutuhkan informasi yang cepat dan tepat serta tidak perlu untuk datang ke lokasi langsung.

Di era globalisasi ini, kemajuan teknologi sangat dibutuhkan dalam berbagai kegiatan termasuk dalam bidang pemasaran. Pemasaran melalui internet saat ini semakin menyebar luas, apalagi dalam bidang perhotelan. Adanya libur nasional membuat konsumen ingin berekreasi ataupun refreshing. Dalam perhotelan, jika konsumen tidak cepat memilih atau memesan hotel maka konsumen tidak akan mendapatkan tempat (kamar). Dengan adanya Internet marketing ini, setiap keputusan pembelian, konsumen yang akan memesan hotel dapat memesan melalui media internet.

Seorang tamu hotel sebelum mereka memilih hotel, pasti ada beberapa faktor yang dipertimbangkan. Misalnya pendapatan pengunjung, apakah cukup untuk memesan hotel tersebut ataukah tidak, situasi yang seperti apa yang diinginkan, lebih ke modern ataukah etnik, mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang hotel yang akan dipesan (seperti

fasilitas, bintang hotel, lokasi hotel) dan masih banyak lagi yang menjadi faktor keterlibatan konsumen dalam memilih hotel. Khususnya bagi tamu hotel yang berada jauh di Luar Jawa maupun dari Luar Negeri, para tamu hotel dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi berupa Internet Marketing.

Seperti salah satu hotel di kota Malang, yaitu Hotel Sahid Montana yang memiliki konsep modern dalam pengelolaan bisnisnya. Berlokasi di Malang Center, Hotel Sahid Montana merupakan tempat ideal untuk memulai eksplorasi di Malang. Terletak di kawasan strategis yaitu di jalan Kahuripan no.9 Malang, Jawa Timur yang memiliki akses cukup dekat dengan bagian kota Malang. Hanya 1 km dari pusat kota, lokasi strategis hotel ini memastikan para tamu agar dapat secara cepat dan mudah mencapai ke tempat-tempat atraksi.

Yang tidak ketinggalan adalah akses mudah dari hotel ini ke sejumlah atraksi dan markah tanah kota ini seperti Stadion, Museum Brawijaya, dan Gereja Katedral Ijen. Mempunyai letak yang baik karena dekat dengan pertokoan dan perkantoran, maka segmen konsumen yang dituju lebih pada pengusaha-pengusaha yang berasal dari luar kota, bahkan terdapat konsumen yang berasal dari luar negeri.

Hotel Sahid Montana adalah hotel berbintang tiga yang memberikan kesempatan terbaik dalam business maupun pariwisata. Memiliki 70 kamar yang sangat nyaman, serta makanan khas Indonesia yang disajikan di restoran atau Coffee Shopnya. Selain itu, hotel ini menawarkan fasilitas

pelayanan cemerlang dan segala perlengkapan penting untuk menyenangkan para pengunjung. Ketika menginap di properti yang luar biasa ini, para tamu dapat menikmati layanan:

- laundry/dry cleaning,
- wi-fi di tempat-tempat umum,
- fasilitas rapat
- Aula pertemuan untuk berbagai acara
- coffee shop, dan
- layanan kamar 24 jam.

Suasana nyaman tercerminkan dari setiap kamar tamu. AC, kulkas, mini bar, bak mandi, meja tulis adalah beberapa fasilitas yang dapat digunakan dan dinikmati para konsumen. Lagipula, beberapa persembahan rekreasi dari hotel ini akan menjamin konsumennya jauh dari kebosanan selama menginap. Dengan lokasi ideal dan fasilitas yang setara, Hotel Sahid Montana dapat memenuhinya semua.

Untuk memperluas pangsa pasar Hotel Sahid Montana bekerja sama dengan alamat-alamat penjualan online, bahkan juga sudah menerapkan sistem internet marketing melalui web Hotel Sahid Montana di www.sahidmontana.com serta bekerja sama dengan beberapa web lain, yaitu Agoda.com, Asiaroom.com, dan Batavia.com. Selain itu, Hotel ini juga mempunyai Yahoo messenger, email, fax yang menjadi perantara internet marketing dalam penjualan kamar.

Keputusan yang sangat mendasari pemilihan hotel juga tidak bisa

lepas dari keterlibatan konsumen itu sendiri seperti *personal characteristics* (karakteristik individu), *Lifestyle* (gaya hidup), *perception needs* (kebutuhan persepsi), dan *situations* (situasi). Maka dari itu dengan adanya jaringan yang luas membuat konsumen bisa memilih untuk memikirkan apakah Hotel Sahid Montana termasuk tempat menginap yang mereka inginkan ataukah masih belum sesuai dengan selera.

Akan tetapi tidak terlepas dari segala keunggulan diatas, ada juga berbagai permasalahan yang timbul pada hotel tersebut yang antara lain adalah:

1. Kurangnya pengetahuan dari pihak hotel tentang seberapa besar pengaruh tingkat keterlibatan konsumen yang melingkupi Karakteristik Individu, Gaya Hidup, Persepsi, dan Situasi dalam keputusannya untuk menginap pada hotel tersebut.
2. Kurangnya pengetahuan dari pihak hotel untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang paling mendominasi yang bisa mempengaruhi keterlibatan konsumen diatas untuk memakai jasa hotel tersebut.

Maka dari itu, melihat dari permasalahan yang timbul pada hotel tersebut penulis ingin mengetahui dan membuat penelitian tentang seberapa besar pengaruh 4 variabel diatas dan faktor manakah yang paling dominan untuk dapat mempengaruhi keputusan konsumen memilih hotel untuk menginap melalui media internet marketing. Sehingga bisa membantu bagi pihak pemasaran hotel untuk mengetahui sejauh mana keinginan konsumen dalam memilih hotel dan juga dapat dijadikan

referensi untuk menjadi bahan masukan dalam merancang strategi pemasaran yang akan dilakukan terutama dalam ekspansi pemasaran melalui internet.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Galih Prasetyo (2011) yang berjudul Analisis Pengaruh keterlibatan konsumen (variabel *Personal Character, Life Style, dan Situasion*) pada keputusan konsumen terhadap pemilihan jasa penginapan melalui media online. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *Personal Character* dan *Life Style* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Variabel *Situasion* berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen. Sedangkan variabel *Life Style* adalah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap pada hotel melalui media online. Dari penelitian tersebut maka penulis, maka penulis terinspirasi untuk melakukan penelitian yang akan membahas tentang pengaruh Karakteristik Individu, Gaya Hidup, Persepsi, dan Situasi terhadap keputusan konsumen memilih hotel untuk menginap.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka selanjutnya penulis mengambil judul yaitu : **“Pengaruh Faktor Karakteristik Individu, Gaya Hidup, Persepsi, dan Situasi Melalui Media Internet Marketing Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap pada Hotel Sahid Montana Malang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh variabel Karakteristik Individu, Gaya Hidup, Perspsi, dan Situasi melalui media internet marketing terhadap keputusan konsumen untuk menginap pada pada hotel Sahid Montana Malang ?
2. Faktor apakah yang paling dominan antara variabel Karakteristik Individu, Gaya Hidup, Persepsi dan Situasi melalui media internet marketing terhadap keputusan konsumen untuk menginap pada pada hotel Sahid Montana Malang ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat diajukan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Karakteristik Individu, Gaya Hidup, Perspsi, dan Situasi melalui media internet marketing terhadap keputusan konsumen untuk menginap pada pada hotel Sahid Montana Malang.
2. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen untuk menginap pada hotel Sahid Montana Malang melalui internet marketing.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Peneliti

- a) Menambah pengetahuan tentang Pengaruh Tingkat Keterlibatan Konsumen Dalam Memilih Hotel Melalui Internet Marketing
- b) Untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengevaluasi pelayanan melalui *e-marketing* yang telah diberikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan atau tamu.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

- a) Dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi khususnya dalam bidang ilmu pemasaran.
- b) Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan dan informasi dalam penelitian selanjutnya, khususnya pada bidang dan permasalahan ini.