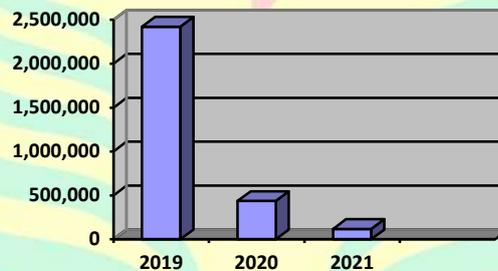


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian. Berdasarkan data BPS (2022), terdapat penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan. Total kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta pada tahun 2020 sebesar 436 ribu kunjungan. Apabila dibandingkan dengan tahun 2021, jumlah wisatawan mancanegara turun menjadi 119 ribu kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2022). Sebagai gambaran bagaimana penurunan jumlah wisatawan di DKI Jakarta dalam 3 tahun terakhir dapat dilihat dalam grafik berikut:



Gambar 1.1 Grafik Penurunan Wisatawan DKI Jakarta

Penurunan wisatawan yang terjadi di DKI Jakarta mengakibatkan tingkat hunian antar hotel yang rendah. Hal ini menjadi momentum industri perhotelan untuk bersaing agar mencapai kesuksesan. Strategi-strategi efektif diperlukan untuk mendapatkan entitas yang lebih unggul dari hotel pesaing. Dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. PoM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel, disebutkan bahwa standar usaha hotel adalah rumusan kualifikasi usaha hotel/penggolongan kelas usaha hotel mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha hotel (Permenpar, 2013).

Usaha hotel tentunya tidak hanya menawarkan jasa penginapan, tetapi juga menyediakan restoran untuk memenuhi kebutuhan pokok pelanggan seperti makanan dan minuman. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 11 Tahun 2014 tentang standar usaha restoran

menyebutkan bahwa usaha restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Sering kali pendapatan hasil restoran menjadi penghasilan kedua terbesar bagi dari pengelolaan hotel (Mashabi & Mulyati, 2015).

Restoran merupakan salah satu *outlet* dari *food and beverage departement* yang ada di hotel yang menyediakan segala kebutuhan tamu dalam pelayanan makanan dan minuman. Berdasarkan hasil penelitian Tambunan (2019) ditemukan bahwa sering terjadi kekurangan perlengkapan makanan dan minuman, sehingga mengakibatkan para tamu mengeluh dan pelayanan kepada konsumen terhambat. Sehingga diperlukan evaluasi perusahaan terkait dampak negatif yang akan terjadi ketika konsumen restoran hotel mengeluh dan berimbas kepada *hotel image*.

Mengingat banyaknya hotel yang didirikan pada wilayah DKI Jakarta dan investasi pengembangan hotel sangat besar, semakin menambah ketatnya persaingan dalam mempertahankan dan menarik konsumen baru. Untuk dapat bersaing dalam bisnis perhotelan agar mencapai kesuksesan, diperlukan strategi-strategi yang efektif untuk menarik konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dari Tahalele (2017) menyatakan bahwa hotel harus terus memperbaiki pelayanan guna memenuhi standar dan kebutuhan pelanggan, manajemen hotel juga terus berusaha untuk mempromosikan hotel dan restoran guna menaikkan citra hotel (*hotel image*).

Standar hotel setiap waktu kian mengalami kenaikan secara kontinu sehingga mengharuskan manajemen hotel untuk melakukan pembaharuan untuk menaikkan citra hotel (*hotel image*). Pembaharuan yang diberikan bisa berupa mengikuti tren yang ada ataupun dengan survei langsung kepada konsumen yang mengajukan tuntutan (dalam hal ini terkait hotel pesaing). Jika manajemen hotel salah melangkah dalam pembaharuan tersebut, seperti tren tidak menjangkau kalangan tertentu atau sudah tertinggal jauh dengan hotel pesaing maka manajemen hotel harus memutar otak untuk memikirkan permasalahan ini agar dapat menaikkan kembali kepercayaan konsumen akan citra hotel (*hotel image*).

Konsumen sebelum mengunjungi hotel berbintang 5 mempunyai harapan yang tinggi akan layanan yang diberikan (Tampubolon et al., 2017). Kepercayaan publik dalam persaingan hotel dapat diperoleh dengan memperkuat posisi hotel akan citra yang baik. Jika citra yang diberikan hotel kepada konsumen memuaskan, maka secara tidak langsung pihak hotel telah berupaya untuk menjadikan konsumen hotel tersebut menjadi loyal dan konsisten melakukan pembelian jasa secara berulang (dalam hal ini produk hotel seperti restoran) tanpa melihat hotel pesaing (Lumantoro, 2015).

Kepuasan konsumen didapatkan ketika konsumen datang dan makan di restoran hotel, menikmati komponen-komponen pendukung yang tersaji dalam restoran tersebut adalah pengalaman makan (*meal experinece*) yang dirasakan oleh masing-masing konsumen. *Meal experience* yang dirasakan oleh konsumen menjadi penentu keberlangsungan suatu bisnis restoran tidak terbatas, bukan hanya soal harga tetapi juga berbagai hal lain saat menyantap makanan. Restoran harus mampu memberikan *meal experience* dengan menyajikan makanan yang mempunyai cita rasa dengan suasana restoran yang nyaman. Akan tetapi, *meal experience* setiap individu dari berbagai kelompok usia memiliki perbedaan yang signifikan pada aspek minuman, pelayanan, kebersihan dan higienitas, serta harga dan nilai uang (Santoso et al., 2014). Dalam penelitian Andika et al. (2017) ditemukan bahwa kualitas makanan berada pada kategori cukup (67,70%), kepuasan tamu berada pada kategori tidak puas (60,41%), kualitas makanan mempengaruhi kepuasan tamu sebesar 28,9% dan 72,1% dipengaruhi faktor lain.

Pihak pengelola restoran hotel harus dapat mengemas seluruh aspek penting *meal experience* untuk mencapai kesuksesan dan menciptakan kepuasan konsumen. Hasil penelitian dari Tahalele (2017) mengatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh pada citra hotel. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan.

Strategi yang dapat digunakan dalam industri perhotelan khususnya restoran hotel berada dalam *Food and Beverage Departement* yang memberikan pengalaman makanan tak terlupakan bagi konsumen (*meal experience*) melalui

berbagai komponen yang berupa makanan dan minuman, *atmosphere*, faktor sosial, dan manajemen restoran tersebut (Johns and Kivela, 2001; Gustafsson, 2004; Hansen et al., 2005). *Meal experience* tidak hanya mengacu pada kualitas makanan saja, tetapi juga seluruh komponen yang terlibat didalamnya. Komponen tersebut harus diperhatikan dengan baik agar dapat memberikan pengalaman yang berkesan bagi konsumen.

Dengan terciptanya *meal experience* yang baik maka akan membuat konsumen terkesan sehingga dapat menjadikan suatu strategi guna menaikkan citra hotel (*hotel image*) agar dapat bertahan dalam persaingan industri yang kompetitif. Presepsi *hotel image* yang sudah dibentuk oleh konsumen juga akan memberikan kontribusi. *Meal experience* tetap menjadi konsep dasar di industri pariwisata, berkaitan komponen didalamnya yang menjadi daya tarik untuk meningkatkan reaksi konsumen dan menciptakan *hotel image*. Penciptaan pengalaman yang baik merupakan kunci bagi perusahaan dalam merancang produk dan jasa untuk dapat memikat perasaan dan pikiran pelanggan agar mau menggunakan produk atau jasa tersebut (Soniawati & Abdullah, 2017). Hal ini sejalan dengan pernyataan responden studi pendahuluan sebanyak 95% dari 20 konsumen restoran hotel menganggap bahwa *meal experience* yang mereka alami menjadi faktor penting dalam penilaian *hotel image*.

Berdasarkan data yang diperoleh, *meal experience* menjadi salah satu penentu keberlangsungan bisnis hotel, karena ketika konsumen merasakan *meal experience* yang baik maka akan tercipta *hotel image*. Lokasi penelitian yang dipilih ialah DKI Jakarta dan memfokuskan pada responden yang pernah mengunjungi restoran hotel bintang 5 di wilayah Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Jakarta karena berdasarkan data BPS Indonesia, Jakarta berada di urutan pertama perekonomian terbesar di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada Pengaruh *Meal Experience Terhadap Hotel Image* pada Restoran Hotel.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dengan berpedoman pada latar belakang yang sudah dijabarkan, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan acuan penelitian, yaitu:

1. Persaingan yang ketat dalam mempertahankan dan menarik konsumen baru.
2. Kualitas pelayanan kurang memuaskan sehingga menimbulkan keluhan konsumen yang akan menurunkan citra hotel.
3. Standar hotel yang terus berkembang menimbulkan tuntutan perubahan layanan.
4. Adanya persepsi konsumen terhadap *meal experience* yang tinggi pada hotel bintang 5, sehingga menjadi tuntutan hotel untuk memenuhi keinginan konsumen guna menaikkan citra hotel (*hotel image*).

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya membahas tentang *meal experience* di restoran hotel berbintang 5 wilayah Jakarta. Responden yang direkrut dalam penelitian adalah konsumen yang mengunjungi restoran hotel berbintang 5 Jakarta dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka di dapatkan rumusan masalah penelitian yaitu: Apakah terdapat pengaruh *meal experience* terhadap *hotel image* pada restoran hotel di Jakarta?

### **1.5 Kegunaan Hasil Penelitian**

Kegunaan penelitian ini dilakukan untuk memberikan harapan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep dan mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan.
  - b. Sebagai acuan dan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan *meal experience* terhadap *hotel image*.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Peneliti

Sebagai bahan masukan, perbandingan, dan penerapan materi yang diperoleh dalam matakuliah metodologi penelitian perhotelan dengan fenomena yang terjadi di masyarakat. Hal tersebut dapat memperluas

wawasan peneliti di bidang perhotelan khususnya tentang *meal experience* terhadap *hotel image*.

b. Hotel

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan hotel dalam memberikan *meal experience* yang baik sehingga dapat meningkatkan profit hotel dan juga *image hotel* menjadi lebih baik dimata konsumen.

c. Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penambahan ilmu pengetahuan, dan menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain.

