

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan nasional, terutama sebagai penggerak perekonomian masyarakat Indonesia. Dampak ekonomi yang dihasilkan dapat dilihat dari berkembangnya berbagai kegiatan usaha penunjang pariwisata, seperti terciptanya lapangan pekerjaan di sektor jasa transportasi, penyediaan makanan dan minuman, jasa akomodasi, pemandu wisata, pertunjukan seni, fotografi, penerjemah, dan kegiatan sejenis lainnya. Selain itu, pariwisata berkontribusi dalam meningkatkan pemasukan devisa negara dari wisatawan mancanegara. Pemasukan tersebut dapat digunakan sebagai biaya pendukung pembangunan infrastruktur dan investasi lainnya. Salah satu sektor penting dalam industri pariwisata adalah jasa akomodasi. Sektor ini memiliki peran dalam mendukung kenyamanan dan kualitas pengalaman wisatawan selama berada di suatu destinasi. Hotel merupakan usaha akomodasi yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal sementara, tetapi juga menyediakan berbagai pelayanan dan fasilitas sesuai dengan kebutuhan segmen pasar. Dalam kaitannya dengan jasa akomodasi khususnya hotel, proses pemilihan oleh konsumen tidak lepas dari adanya pertimbangan dan keputusan yang melibatkan berbagai aspek dalam perilaku konsumen.

Pada perilaku konsumen, terdapat suatu proses pengambilan keputusan yang melibatkan beberapa pilihan atas beberapa penawaran. Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Sebuah keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda. Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision-making process*) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satunya. Hasil dari proses pengintegrasian ini disebut dengan pilihan (*choice*) yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan perilaku (Setiadi, 2019). Menurut Filalba (2023) Keputusan adalah tindakan memilih satu alternatif dari berbagai pilihan yang tersedia untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Sementara itu, pengambilan

keputusan merupakan proses pemilihan alternatif terbaik secara sistematis dari beberapapilihan yang ada, untuk kemudian ditindaklanjuti sebagai upaya pemecahan masalah.

Keputusan menginap adalah tindakan konsumen untuk memilih dan menggunakan jasa penginapan yang ditentukan sejak awal dengan beberapa faktor yang memengaruhi terjadinya keputusan tersebut (Kristanto & Wahyuni, 2016). Keputusan menginap merupakan serangkaian proses yang berasal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif dapat memecahkan masalahnya (Sanjaya, 2022). Proses pengambilan keputusan konsumen terdiri atas beberapa tahapan dijelaskan oleh Kotler & Armstrong, (2006) yang terdiri dari *need recognition*, *information search*, *evaluation of alternatives*, *purchase decision*, *post-purchase behavior*. Dapat disimpulkan bahwa keputusan menginap merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu tindakan individu atau kelompok dalam menentukan satu alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia. Proses ini melibatkan pertimbangan rasional maupun emosional terhadap penawaran produk atau jasa, serta dipengaruhi oleh gaya, perilaku, dan stimulus yang mendorong konsumen untuk bertindak. Dengan demikian, keputusan menginap dapat dipahami sebagai hasil akhir dari proses evaluasi alternatif yang dilakukan konsumen sebelum menentukan pilihan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Konsep keputusan menginap dalam perilaku konsumen dapat diamati pada fenomena *staycation* yang semakin digemari beberapa tahun terakhir, di mana konsumen semakin selektif dalam menentukan akomodasi sesuai kebutuhan dan preferensi mereka, terutama keluarga yang lebih mencari alternatif berlibur praktis, murah, dan tetap menyenangkan tanpa harus bepergian jauh. Fenomena ini memengaruhi cara orang memilih tempat menginap, dengan kenyamanan dan fasilitas yang cocok untuk keluarga menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Mereka tidak hanya memperhatikan harga atau lokasi saja, tetapi juga fasilitas yang bisa mendukung kebutuhan seluruh anggota keluarga. Fenomena tersebut semakin populer, khususnya di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta. *Staycation* merupakan kegiatan liburan yang dilakukan di dekat rumah dengan jarak kurang

lebih 50 mil di lingkungan sekitar seperti menginap di hotel dekat kota dan melakukan beberapa aktivitas di sekitar akomodasi (Alifah & Suhirman, 2023). *Staycation* adalah singkatan dari *Stay at home* atau *Stay in Vacation* yang memiliki arti liburan di mana seseorang tinggal di rumah atau sebuah tempat tinggal sementara. *Staycation* menjadi pilihan praktis bagi keluarga yang ingin berlibur namun tidak ingin terjebak kemacetan atau mengeluarkan biaya besar. DKI Jakarta mendapati peringkat ke- 5 menjadi kota termacet di Indonesia dengan rata-rata waktu tempuh per 10 km: 25 menit 31 detik dan tingkat kemacetan, sehingga alternatif liburan di dalam kota menjadi solusi yang diminati (Brigitta & Fadhil, 2025). Hal ini sejalan dengan yang diperkenalkan oleh Kementerian Pariwisata (Kemenpar) yaitu *Micro-tourism*. *Micro-tourism* merupakan gaya berwisata dengan fokus mengeksplorasi destinasi sekitar tempat tinggal, baik dalam kota maupun daerah yang mudah dijangkau dalam waktu singkat. Konsep ini cocok bagi yang ingin hemat, tidak perlu cuti panjang, tapi tetap ingin pengalaman liburan yang berkesan, contohnya seperti berburu kuliner lokal, *staycation* seru, keliling kota, mengunjungi museum, dan eksplorasi desa wisata (Kemenpar, 2025).

Pelaku bisnis perhotelan dapat memanfaatkan peningkatan tren wisata keluarga. Hasil dari survei tren wisata Agoda tahun 2024 yang menunjukkan lebih dari sepertiga wisatawan 34% berencana bepergian bersama keluarga. Hasil survei ini juga menyatakan bahwa wisatawan Indonesia menjadi yang paling antusias, dengan hasil 58% dan berharap dapat melakukan perjalanan lintas generasi dengan orang-orang tersayang (Suhartadi, 2024). Hal ini juga didukung oleh hasil survei *Squaremouth* yang menunjukkan adanya preferensi kuat terhadap liburan keluarga. Hasil analisis dari tanggapan 1.000 pelanggan sebanyak 47 orang wisatawan memprioritaskan perjalanan multigenerasi atau berfokus pada keluarga (Tempo, 2024). Hasil studi pendahuluan terhadap 23 responden orang tua di DKI Jakarta menguatkan tren *staycation*. Mayoritas sebanyak 91,3% responden memilih hotel untuk tujuan ini. Sebagian besar responden menginap di hotel bintang 3 dan 4. 52,2% responden menyatakan sulit memilih hotel yang benar-benar ramah keluarga serta 65,2% responden menganggap hotel ramah keluarga memiliki harga yang mahal. Kondisi tersebut menyebabkan orang tua harus mengeluarkan waktu dan usaha yang lebih besar untuk mencari hotel yang sesuai dengan kebutuhan keluarga.

Selain itu, keterbatasan fasilitas ramah keluarga dapat menurunkan kenyamanan selama menginap sehingga pengalaman wisata keluarga menjadi kurang optimal. Bagi pengelola hotel, kondisi ini juga berpotensi mengurangi daya saing dalam menarik segmen wisatawan keluarga yang terus mengalami peningkatan.

Faktor utama bagi responden adalah fasilitas yang mendukung kebutuhan anak dan keluarga dalam keputusan pemilihan (Buzlu et al., 2022). Sebagian besar responden mengutarakan alasan mereka lebih memilih hotel sebagai tempat liburan. Di antaranya lebih memilih karena lebih hemat energi hingga memanfaatkan promo hotel yang mereka tuju. Hasil studi tersebut juga memperlihatkan bahwa fasilitas ramah keluarga terbukti menjadi pertimbangan utama dalam memilih hotel. Keberadaan *playground*, kolam renang anak, ruang bermain, hingga kamar yang luas dan nyaman dinilai mampu membuat anak merasa betah, aman, dan tidak mudah bosan selama menginap. Kondisi tersebut tidak hanya meningkatkan kenyamanan anak, tetapi juga memberi ketenangan bagi orang tua sehingga momen liburan keluarga dapat dinikmati secara optimal. Oleh karena itu, hotel dengan fasilitas ramah keluarga cenderung lebih diminati karena mampu menghadirkan pengalaman menginap yang menyenangkan sekaligus mendorong kemungkinan *repeat visit* (Seffany & Lubis, 2024). Temuan ini menegaskan bahwa keputusan keluarga dalam memilih hotel sangat dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas ramah keluarga, yang kemudian menjadi variabel penting dalam penelitian ini.

Fasilitas ramah keluarga adalah sebuah bentuk adaptasi layanan hotel yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan segmen wisatawan keluarga. Fasilitas ramah keluarga merupakan inovasi dalam menyediakan fasilitas khusus untuk wisatawan keluarga dengan merancang aspek infrastruktur dan layanan seperti ruang bermain, kamar yang dilengkapi perlengkapan anak, dan program menarik bagi seluruh anggota keluarga (Siwek et al., 2022). Dalam penelitian Buzlu et al., (2022) tidak ada standar yang mengikat secara hukum agar sebuah hotel dianggap sebagai "hotel ramah anak atau keluarga", hal ini menjadi masalah penting oleh beberapa pakar pariwisata. Perlu menjadi catatan bahwa fasilitas ramah keluarga berbeda dengan fasilitas ramah anak. Menurut Buzlu et al., (2022) fasilitas ramah keluarga secara singkat merupakan rancangan untuk memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga, mencakup keamanan anak, kenyamanan orang tua, serta aktivitas

bersama yang menciptakan pengalaman menginap yang menyenangkan dan fasilitas ini mencakup hal yang lebih luas karena memperhatikan kebutuhan semua anggota keluarga seperti, *family room*, *babysitting service*, menu anak-anak, serta ruang aktivitas bersama. Sedangkan fasilitas ramah anak merupakan fasilitas yang berfokus pada kebutuhan anak-anak seperti *playground* atau kolam renang anak.

Di Indonesia khususnya DKI Jakarta, fasilitas tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan sebuah hotel dengan hotel lainnya, namun masih banyak hotel berbintang di DKI Jakarta lebih berfokus pada penyediaan fasilitas bisnis atau *meeting room*, sementara aspek kenyamanan anak kurang diperhatikan. Pada data BPS, terdapat sebanyak 496 hotel tersebar di seluruh DKI Jakarta. Penulis melakukan studi pendahuluan dengan melakukan penyaringan hotel dalam aplikasi Agoda dengan kata kunci "Pas untuk Keluarga" ditemukan sebanyak 156 hotel saja yang terdaftar ke dalam aplikasi Agoda dalam fitur hotel ramah keluarga. Fasilitas ramah keluarga telah banyak dibahas dalam jurnal internasional, namun topik ini masih jarang diteliti di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* terkait peran fasilitas ramah keluarga dalam industri perhotelan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak meneliti kualitas layanan, harga, maupun kepuasan pelanggan, penelitian ini secara khusus menganalisis pengaruh fasilitas ramah keluarga terhadap keputusan menginap orang tua di hotel wilayah DKI Jakarta dengan menggunakan dimensi *general child-friendly hotel service and amenities*, *in-room amenities*, dan *restaurant amenities* yang dikembangkan oleh Buzlu et al., (2022) dan Siwek et al., (2022).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pengamatan masalah yang terjadi, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pilihan hotel ramah keluarga di DKI Jakarta yang belum diketahui sejauh mana fasilitas ramah keluarga memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih hotel, sehingga konsumen keluarga kesulitan dalam mendapatkan pilihan destinasi wisata.

2. Harga hotel dengan fasilitas ramah keluarga dianggap mahal, hal tersebut menjadi kendala orang tua dalam pengambilan keputusan menginap.

1.3 Pembatasan Masalah

Masalah dari penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh fasilitas ramah keluarga terhadap keputusan menginap dan responden ini merupakan keluarga yang sudah pernah menginap di hotel bintang 3 sampai dengan hotel bintang 5 dan memiliki anak yang rentang usiannya 0-12 Tahun. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pengamatan masalah yang terjadi, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah: Apakah terdapat pengaruh fasilitas ramah keluarga terhadap keputusan orang tua untuk menginap di hotel wilayah DKI Jakarta?

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan penelitian selanjutnya di bidang pendidikan kesejahteraan keluarga dalam lingkup industri perhotelan bahwa, perlu adanya perkembangan inovasi hotel dalam meningkatkan daya tarik konsumen keluarga seperti, fasilitas hotel yang menyediakan kebutuhan keluarga ketika memilih hotel dan dapat mempermudah konsumen dalam memutuskan menginap di sebuah hotel. Serta meningkatnya sikap demokrasi dalam keluarga terhadap keputusan dalam memilih hotel.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun beberapa manfaat praktis yang diharapkan dapat memberikan ide inovatif bagi banyak khalayak individu dalam bidang industri Perhotelan dan Pemerintah, di antaranya sebagai berikut:

- a. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan dalam mendukung pengembangan kebijakan dan program yang mendorong penyediaan fasilitas ramah keluarga pada sektor pariwisata dan perhotelan
- b. Bagi mahasiswa, prodi PKK, hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat menjadi pengetahuan serta wawasan tambahan khususnya kepada masyarakat yang memiliki anak dan berencana untuk memilih hotel dengan memperhatikan fasilitas yang sesuai kebutuhannya bagi anak
- d. Bagi pebisnis bidang akomodasi, hasil ini dapat dijadikan gambaran atau inovasi yang baru sebagai peningkatan daya tarik konsumen keluarga bagi hotel yang dikembangkannya

