

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

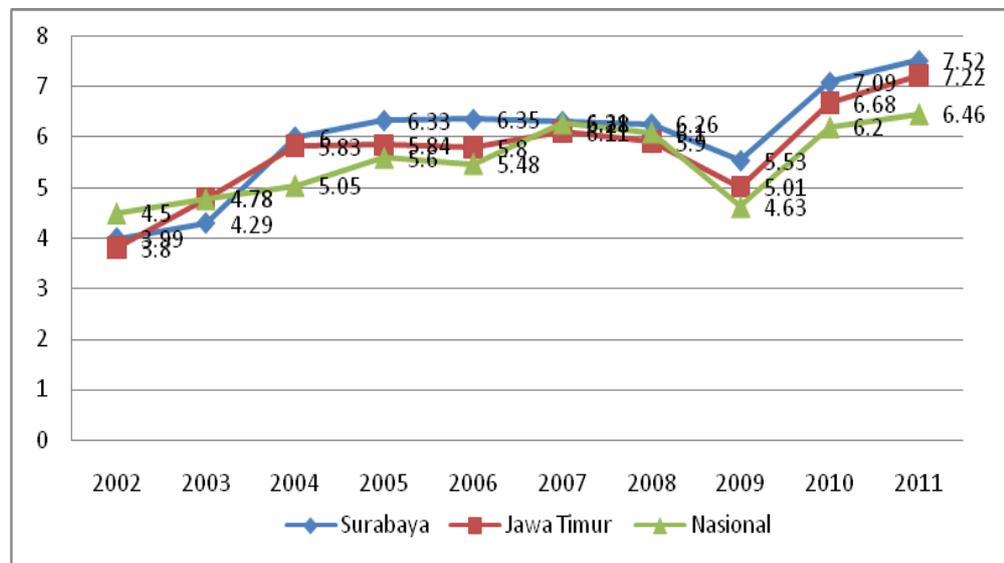
### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi Jawa timur dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa perekonomian Jawa timur selalu mengalami perkembangan secara dinamis. Berdasarkan pada tahun 2012, selama 8 tahun terakhir, kecuali pada tahun 2007, pertumbuhan ekonomi Jawa timur cenderung lebih tinggi dari rata-rata nasional. Demikian pula, ketika ekonomi nasional mulai mengalami perlambatan pada 2012, ekonomi Jawa timur terus meningkat. Struktur ekonomi Jawa timur secara umum ditopang oleh tiga sektor utama, yaitu sektor perdagangan, hotel dan restoran, sektor industri pengolahan dan sektor pertanian (solopos.com, 08/03/2013).

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator ekonomi yang menentukan terhadap perkembangan masing-masing sektor produksi di masa depan. Pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya dapat dilihat melalui indikator laju pertumbuhan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Kota Surabaya. Indikator PDRB ini menunjukkan daya beli penduduk suatu kota. Dalam hal ini digunakan PDRB atas harga berlaku karena bertujuan untuk mengukur perubahan struktur ekonomi Kota Surabaya. Semakin besar PDRB suatu daerah maka semakin tinggi tingkat kemajuan pembangunan di daerah. Hal ini menjelaskan kemajuan PDRB Propinsi Jawa Timur pada 3 sektor utama baik, dimana salah satunya adalah sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran (Badan Pusat Statistik Surabaya, 2011).

Kota Surabaya merupakan ibukota dari propinsi Jawa Timur dimana propinsi ini memiliki peran perekonomian yang strategis dalam skala nasional. Propinsi Jawa Timur mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi daerah lain. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, Propinsi Jawa Timur mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 7,22% dimana nilai tersebut melebihi pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya sebesar 6,46%. Sedangkan Kota Surabaya memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan Propinsi Jawa

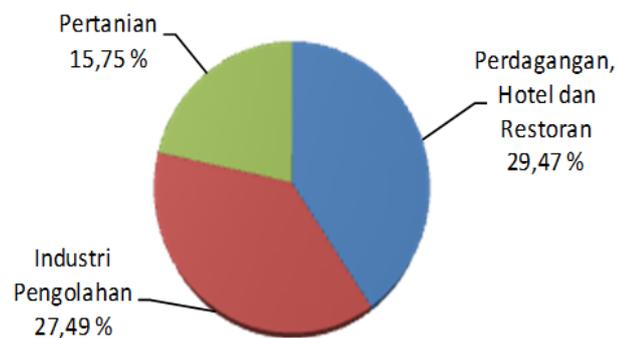
Timur. Perbandingan pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya, Propinsi Jawa Timur, dan Nasional tahun 2002 – 2011 dapat dilihat pada gambar 1.1.



**Gambar 1.1 Perbandingan pertumbuhan ekonomi kota Surabaya, Propinsi Jawa Timur, dan Nasional.**

Sumber : Badan Pusat Statistika Kota Surabaya, 2011

Gambar 1.2 menjelaskan sektor-sektor dalam pertumbuhan ekonomi di Propinsi Jawa Timur yaitu perdagangan, hotel dan restoran sebesar 29,47%; Industri pengolahan sebesar 27,49%; dan Pertanian sebesar 15,75%.



**Gambar 1.2 Kontribusi PDRB sektor utama Propinsi Jawa Timur**

Sumber : Bappeda Propinsi Jawa Timur, 2011

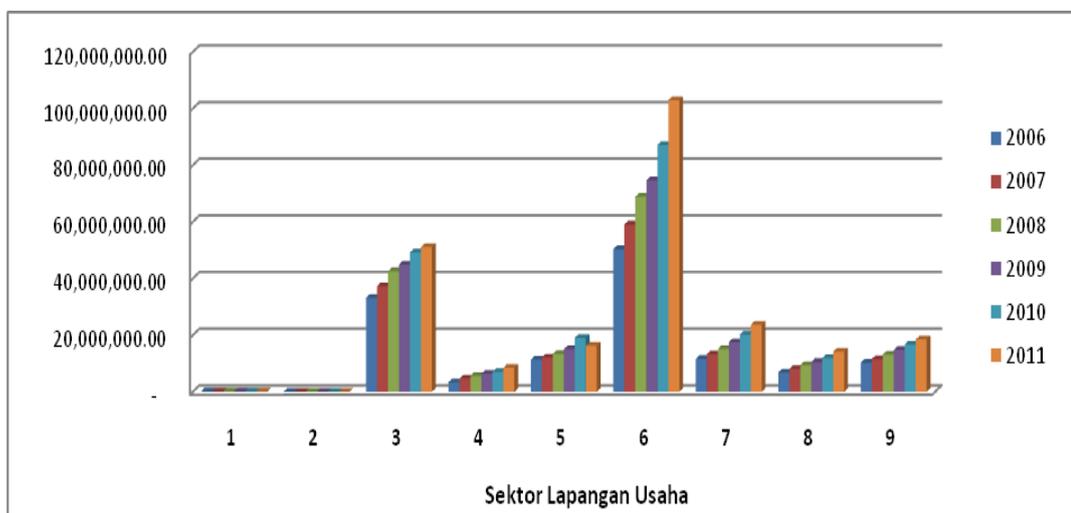
Tabel 1.1 menjelaskan kontribusi PDRB Surabaya terhadap PDRB Jawa Timur. Pada tahun 2010, kontribusi PDRB Surabaya terhadap Jawa Timur terbesar berasal dari sektor perdagangan, hotel dan restoran yaitu sebesar 43,31%.

**Tabel 1.1 Kontribusi PDRB Surabaya terhadap PDRB Jawa Timur tahun 2006 - 2010**

No.	Sektor	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)
1.	Pertanian	0,2	0,17	-7,71	1,87	0,09
2.	Pertambangan	0,12	0,1	1,65	1,65	0,01
3.	Industri & Pengolahan	26,18	26,15	2,94	2,94	22,18
4.	Listrik, Gas dan Air Bersih	36,29	40,62	7,32	7,32	3,57
5.	Bangunan/Konstruksi	50,31	50,19	3,61	3,61	6,93
<b>6.</b>	<b>Perdagangan, Hotel dan Restoran</b>	<b>28,24</b>	<b>28,07</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>43,31</b>
7.	Pengangkutan dan Komunikasi	41,52	40,69	11,96	11,96	9,86
8.	Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan	30,58	30,25	7,62	7,62	6,04
9.	Jasa-Jasa	21,01	21,06	5,88	5,88	7,76

Sumber: bappeko.surabaya.go.id

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Trend pertumbuhan Hotel dan Restoran secara lebih detail dapat dilihat pada gambar 1.3. Dari gambar 1.3 terlihat bahwa perkembangan kebutuhan hotel atau perkembangan hotel di Surabaya semakin meningkat.



**Gambar 1.3 Grafik Pertumbuhan PDRB Surabaya per Sektor Lapangan Usaha Periode 2006-2011**

Sumber : bps.go.id

Keterangan :

- |                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| 1. Pertanian                 | 6. Perdagangan, Hotel dan Restoran |
| 2. Pertambangan & Penggalian | 7. Pengangkutan dan Komunikasi     |
| 3. Industri Pengolahan       | 8. Persewaan & Jasa Perusahaan     |
| 4. Listrik, Gas & Air Bersih | 9. Jasa-Jasa                       |
| 5. Bangunan                  |                                    |

Menurut Tarmoezi (Tarmoezi, 2000) hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Menurut Tarmoezi (Tarmoezi, 2000), dari banyaknya kamar yang disediakan, hotel dapat dibedakan menjadi :

**Tabel 1.2 Jenis-jenis Hotel dan Pengertian**

No.	Jenis Hotel	Pengertian
1.	<i>Small Hotel</i>	Jumlah kamar yang tersedia maksimal sebanyak 28 kamar
2.	<i>Medium Hotel</i>	Jumlah kamar yang disediakan antara 28- 299 kamar
3.	<i>Large Hotel</i>	Jumlah kamar yang disediakan sebanyak lebih dari 300 kamar.

Sumber : Tarmoezi, 2000

Berdasarkan tabel 1.2 *Budget* hotel adalah tergolong di dalam kategori Medium hotel. Karena *budget hotel* hanya memiliki 50 – 100 kamar. Sedangkan menurut keputusan direktorat Jendral Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no 22/U/VI/1978 tanggal 12 Juni 1978 (Endar Sri, 1996 : 9), klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, semakin berkualitas hotel tersebut. Penilaian dilakukan selama 3 tahun sekali dengan tatacara serta penetapannya dilakukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata. Pada klasifikasi ini, Budget hotel termasuk ke dalam kategori bintang 2-3. Budget hotel merupakan hotel yang sesuai dengan kebutuhan para pebisnis. Hotel ini mereduksi semua fasilitas hotel yang tidak perlu. Pada *budget hotel* hanya menyediakan kebutuhan dasar seorang *traveller* (seputarhotel.com, 2013).

Bukan hanya untuk para *backpacker*, Budget Hotel juga mulai membidik kalangan pebisnis dan keluarga. Di kalangan pebisnis, customer yang dibidik oleh Budget Hotel di Surabaya adalah untuk level supervisor. Sebelumnya, level Supervisor diinapkan di hotel bintang tiga. Tetapi saat ini hotel bintang tiga lebih untuk kepentingan akses aktualisasi dan gengsi (centroone.com, 21/05/2012).

Pada tahun 2012, Perkembangan Budget Hotel di Surabaya semakin berkembang pesat. Perkembangan Budget Hotel di Surabaya bisa dilihat dari tingginya okupansi. Sampai tahun 2012, tingkat okupansi *budget hotel* di Surabaya sekitar 80%. Okupansi di Budget Hotel juga meningkat. Hal ini dikarenakan *budget hotel* berani memasang tarif kamar yang murah serta dilengkapi fasilitas yang memadai. (centroone.com, 21/05/2012).

Dengan besarnya peluang bisnis Budget Hotel, maka Grup Aston mendirikan budget hotel di Surabaya, yaitu Fave Mex Hotel. Wakil Presiden Penjualan dan Pemasaran Aston Internasional mengatakan bahwa hotel bintang lima di Surabaya sudah sangat padat. Berdasarkan kenyataan tersebut Aston akan banyak berinvestasi membangun hotel baru, yang sebagian diantaranya adalah Budget Hotel. Selagi terus mengembangkan brand utama kelas atasnya yaitu Grand Aston, Aston, dan Aston City Hotel di Indonesia, Grup Aston juga fokus dalam pengembangan segmen Budget Hotel di seluruh Indonesia. Saat ini Aston telah mengoperasikan 16 Favehotel dan berencana membuka 27 Favehotel pada tahun 2013. Termasuk 1 hotel di Surabaya. (centroone.com, 30/11/2012)

Sedangkan pada tahun 2014 dan 2015 grup Aston akan lebih ekspansif yaitu dengan berencana berinvestasi untuk mendirikan lebih dari 30 hotel. Hal ini dikarenakan tingkat okupansi hotel yang merupakan jaringan Aston di Jawa timur berada di kisaran angka 55%. Sedangkan di Surabaya, okupansinya bisa mencapai rata-rata 70% (centroone.com, 30/11/2012).

Hotel dapat di klasifikasikan berdasarkan harga. Menurut situs pencarian hotel dapat diperoleh data kisaran harga hotel. Kisaran harga hotel antara budget hotel dan hotel berbintang memiliki perbedaan. Kisaran harga untuk hotel bujet

adalah di bawah empat ratus ribu rupiah, sedangkan untuk hotel berbintang memiliki harga diatas empat ratus ribu rupiah (www.agoda.com).

Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang terdiri dari, *Product, Price, Promotion, Place, Process, Physical Evidence, dan People*. Research Gap dalam hal ini terjadi karena adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hiransomboon (2012) mengatakan bahwa hipotesis pada 7P terhadap buying decisions semuanya diterima. Tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Sukotjo dan Radix A. ditemukan bahwa variabel *People* dan *Process* ditolak.

Penelitian akan dilakukan dengan objek Fave Mex Hotel. Fave Mex Hotel Surabaya merupakan salah satu diantara banyaknya Budget hotel di Surabaya. Perkembangan Fave Mex Hotel Surabaya sangat baik. Hal ini terlihat dari tingkat okupansi yang mencapai rata-rata 70%. Menurut Shah Shamshiri mengemukakan bahwa Fave Mex Hotel Surabaya merupakan salah satu Budget hotel paling populer di Indonesia.

## **1.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah hanya terbatas pada 7 variabel, yaitu Pelayanan (*Service*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*), Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), dan Proses (*Process*).

Objek penelitian ini adalah Fave Mex Hotel Surabaya. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen Fave Mex Hotel Surabaya. Penelitian ini dilakukan di Surabaya, Jawa Timur.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berikut ini adalah perumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah *Product/Service* berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?
2. Apakah Harga (*Price*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?
3. Apakah Promosi (*Promotion*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?

4. Apakah Tempat (*Place*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?
5. Apakah Orang (*People*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?
6. Apakah Bukti Fisik (*Physical Evidence*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?
7. Apakah Proses (*Process*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisa apakah *Product/Service* berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisa apakah Harga (*Price*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisa apakah Promosi (*Promotion*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisa apakah Tempat (*Place*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.
5. Untuk menguji dan menganalisa apakah Orang (*People*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.
6. Untuk menguji dan menganalisa apakah Bukti Fisik (*Physical Evidence*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.
7. Untuk menguji dan menganalisa apakah Proses (*Process*) berpengaruh positif terhadap keputusan menginap di Fave Mex Hotel Surabaya.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Fave Mex Hotel Surabaya, Berikut ini adalah manfaat penelitian :

### 1.5.1 Manfaat Praktis

Untuk membantu dalam menentukan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Fave Mex Hotel Surabaya, sehingga tidak terjadi penurunan jasa hotel dan meningkatkan konsumen yang menginap.

### 1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang bauran pemasaran jasa 7P, yaitu : *Product/Service, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, Process.*

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi pengertian dari Pemasaran, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), *Product/Service*, Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Keputusan pembelian, Penelitian terdahulu, Pengembangan Hipotesis, Model Penelitian, dan Bagan Alur Berpikir.

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang Jenis penelitian, Populasi dan Sampel, Metode pengumpulan data, Definisi operasional, dan Pengukuran Variabel, dan Metode analisis data.

### **BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Berisi penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis data, statistik deskriptif, dan pembahasan

### **BAB 5 : KESIMPULAN**

Berisi penjelasan kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi