

Ekspektasi Wisatawan dalam Memilih Penginapan sesuai Anggaran

Maulani Faradina Salilana, Aldissain Jurizat

Program Studi Magister Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung.

Abstrak

Memilih akomodasi atau tempat menginap yang tepat akan membuat liburan semakin berkesan, karena penginapan tidak hanya sebagai tempat beristirahat namun juga dapat mengakomodasi kebutuhan lainnya. Penelitian ini akan mencari tahu harapan wisatawan dalam memilih penginapan yang disesuaikan dengan anggaran masing-masing. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan jawaban dari survei *online* yang dibagikan secara bebas. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Hasil analisis mengungkapkan bahwa wisatawan yang beranggaran rendah cenderung memiliki harapan dari penginapannya yang menonjolkan lokasi dan *special feature*, sementara yang beranggaran menengah lebih mengutamakan fasilitas, dan yang beranggaran tinggi lebih menitikberatkan pada *value*.

Kata-kunci : *costumer expectation*, penginapan, *budget*

Pengantar

Dalam rencana strategis yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata, target pemerintah dalam jumlah kunjungan wisata baik wisata mancanegara maupun wisata nusantara pada tahun 2019 mendatang dapat menunjukkan peningkatan. Pemerintah menargetkan jumlah kunjungan wisata untuk mancanegara berada di angka 20 juta, sementara untuk kunjungan wisata nusantara meningkat hingga mencapai angka 275 juta pergerakan. Kemudian pemerintah berambisi untuk menjadikan Indonesia untuk masuk peringkat 30 untuk Daya Saing Pariwisata Dunia juga untuk tahun 2019. (Rencana Strategis Kemenpar, 2015)

Untuk mengembangkan pariwisata, banyak hal yang harus dibenahi, baik fisik maupun non-fisik. Akses yang mudah, sumber daya manusia yang mumpuni, adanya sarana transportasi yang dapat membantu wisatawan untuk menuju tempat wisatanya serta hal yang juga penting dan akan dibahas dalam penelitian ini adalah akomodasi atau tempat menginap. Persoalannya

adalah semakin bertambahnya tempat wisata maka fasilitas menginap sangat dibutuhkan (Hartini, Ruskan, Ibrahim, 2013)

Pada penelitian ini akan membahas hubungan tentang *costumer expectation* terhadap penginapan yang disesuaikan dengan anggaran responden.

Penginapan dalam arti luas disini berupa hotel, *guest house*, hostel, *resort* dan residence (Ari-sandi, 2013), sedangkan *Costumer expectation* pada dasarnya berhubungan erat dengan penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan (Tjip-tono, 2004), sedangkan anggaran merupakan rencana keuangan untuk suatu tujuan tertentu dan dalam satuan uang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pemilihan tempat menginap yang sesuai dengan anggaran wisatawan, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam mendesain sebuah hotel atau penginapan.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif (Creswell, 2008) yang bersifat eksploratif (Groat & Wang, 2002). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ekspektasi wisatawan dalam memilih penginapan sesuai dengan anggaran menginap dalam satu malam.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data dikumpulkan dengan melakukan survei dalam bentuk kuesioner *online* dengan metode *snowball random sampling*. Kuesioner dibagikan melalui media sosial dan aplikasi pengirim pesan. Responden lalu diminta untuk menyebarkan kuesioner *online* ini kepada orang lain sehingga jawaban responden akan bervariasi.

Pertanyaan kuesioner *online* disusun dengan menggunakan metode *open ended*, sehingga dalam proses pengerjaannya digunakan data teks untuk melihat hasil jawaban dari responden.

Kuesioner *online* mulai disebarkan pada 25 Agustus 2016 sampai dengan 3 September 2016. Total responden yang mengisi penelitian adalah 131 responden, dengan jumlah responden perempuan 72 responden atau 55% dan responden laki-laki berjumlah 59 atau berjumlah 45% dari total keseluruhan (lihat diagram1).

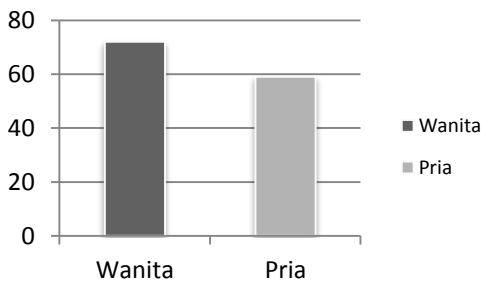


Diagram 1. Histogram Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Range umur responden adalah dari 19 hingga 60 tahun.

Sebagian besar responden sudah bekerja yaitu sebanyak 76 orang, 43 orang lainnya adalah mahasiswa/pelajar dan 12 orang terdiri dari pensiunan, IRT dan belum bekerja.

Sebagian besar responden memiliki penghasilan Rp.1.000.000-Rp.3.000.000 sebanyak 68 responden, lalu yang berpenghasilan Rp.3.000.000-Rp.8.000.000 sebanyak 39 responden, diikuti oleh responden yang berpenghasilan Rp.8.000.000-Rp.15.000.000 yaitu sebanyak 15 responden dan yang berpenghasilan diatas

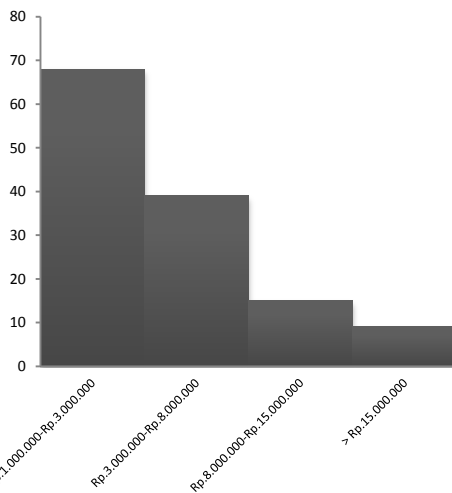


Diagram 2. Histogram Penghasilan Responden

Rp.15.000.000 sebanyak 9 responden (lihat diagram 2).

Dari hasil analisis, didapatkan 64 responden yang menjawab mengalokasikan anggaran penginapan permalam sebesar Rp.0-Rp.300.000, lalu yang mengalokasikan anggaran penginapan permalam sebesar Rp.300.000-Rp.800.000 sebanyak 57 responden, diikuti oleh 7 responden untuk Rp.800.000-Rp.1.500.000 dan ada 3 responden yang menjawab mengalokasikan anggaran diatas Rp.1.500.000 untuk penginapan permalam (lihat diagram 3).

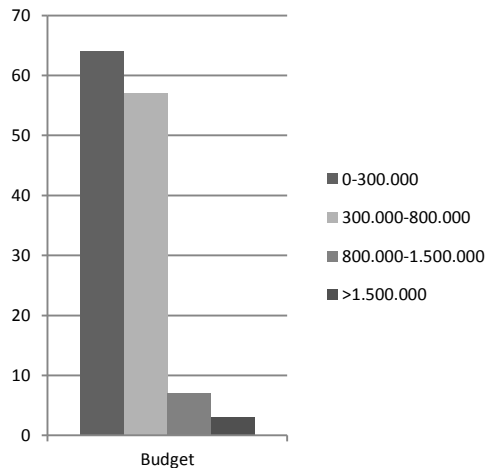


Diagram 3. Histogram Jumlah Responden terhadap Anggaran Menginap per malam

Metode Analisis Data

Ada 3 tahapan analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Creswell (2013) dengan cara *open coding*, *axial coding* dan *selective coding* dan akan dijabarkan sebagai berikut:

- Tahap *open coding* yaitu dengan cara mengidentifikasi kata kunci yang didapat dari jawaban responden dari pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.
- Tahap *axial coding* yaitu dengan membuat klasifikasi kategori dari kata kunci yang didapatkan dari tahapan sebelumnya.
- Tahap *selective coding* yaitu melakukan analisis korespondensi untuk mendapatkan deskripsi hubungan antar kategori yang memiliki kedekatan.

Analisis dan Interpretasi

Open Coding

Dari hasil penelitian yang dilakukan, pada tahapan *open coding* mengenai *customer expectation* ditemukan 28 kata kunci. Kata kunci yang paling banyak disebutkan adalah Bersih sebanyak 73 kali, lalu Nyaman sebanyak 63 kali

diikuti dengan Strategis dan Pelayanan Baik masing-masing sebanyak 46 dan 31 kali.

Responden ke-20 : "Penginapan yang memiliki fasilitas lengkap dan menunjang seperti kamar mandi dalam, kasur, lemari dan cermin, kipas angin/ac serta yang paling penting adalah kamar yang bersih."

Responden ke-37 : "Akses kemana mana mudah, situasi menunjang kenyamanan pengunjung."

Responden ke-71 : "Aman, nyaman, menarik secara penampilan, murah, ada WiFi, fasilitas baik, ramah pegawainya."

Tabel 1. Representasi dari Kata Kunci Faktor Ekspektasi Wisatawan dalam Memilih Penginapan sesuai anggaran

Kata Kunci	Kalimat yang Diwakili
Bersih	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang Bersih • Kamar Mandi Bersih • Tidak Kotor • Fasilitas Terjaga dengan Baik
Nyaman	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat nyaman • Membuat tidur terasa nyaman • Suhu ruangan dalam kamar
Strategis	<ul style="list-style-type: none"> • Dekat dengan Pusat Perbelanjaan • Dekat dengan Tempat Wisata • Mudah mencari transportasi • Mudah dicapai

Dari jawaban yang dituliskan oleh responden, maka akan didapatkan kata kunci. Kata kunci merupakan hasil identifikasi kata-kata atau frasa yang telah dituliskan responden dalam menjawab kuesioner. Kata kunci bersih merupakan

kata kunci yang mewakili kata-kata seperti ruangan bersih, tidak kotor (lihat diagram 4)

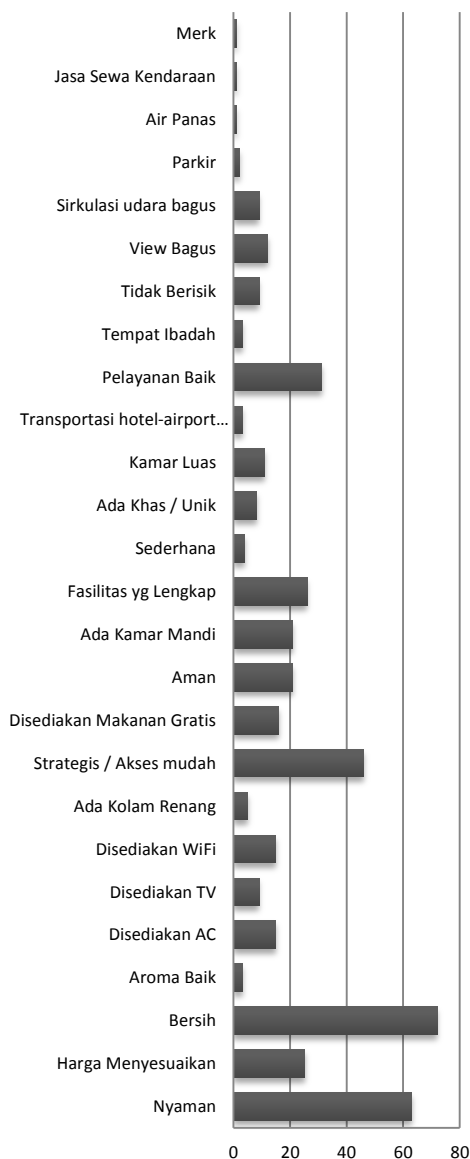


Diagram 4. Frekuensi Kata Kunci Ekspektasi Wisatawan dengan Penginapan terhadap Anggaran

Axial Coding

Tahap yang dilakukan selanjutnya adalah *axial coding*. Tahap ini dilakukan untuk mengkategorikan kata kunci dari kalimat yang diwakili sesuai dengan jawaban dari responden ini, *axial*

coding dilakukan dengan cara mengkategorikan kata kunci dengan kedekatan makna yang sama.

Dari hasil analisis yang didapatkan bahwa kategori *basic facilities* merupakan kategori yang paling banyak disebutkan, yaitu sebanyak 113 responden, kategori selanjutnya yang disebutkan paling sering adalah kategori *location* yaitu sebanyak 53 responden, diikuti dengan kategori *special feature* dan kategori *valuable* masing-masing disebutkan oleh 34 dan 21 responden, selanjutnya kategori *security facilities* yang disebutkan oleh 18 responden dan yang terkecil adalah *extras* yang disebutkan oleh 14 responden.

Tabel 2. Kategori Faktor *Customer Expectation* dalam Memilih Penginapan sesuai *Budget*

Kategori	Kata Kunci
<i>Basic Facilities</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nyaman Bersih Sederhana Aroma Baik Kamar Mandi Kamar Luas Pelayanan Baik Sirkulasi Udara Bagus
<i>Location</i>	<ul style="list-style-type: none"> Strategis View Bagus Tidak Berisik
<i>Special Feature</i>	<ul style="list-style-type: none"> Disediakan AC Disediakan TV Disediakan WiFi Khas/Unik Ada Tempat Ibadah Ada Kolum Renang Disediakan Air Panas
<i>Valuable</i>	<ul style="list-style-type: none"> Harga Menyesuaikan Gratis
<i>Security Facilities</i>	<ul style="list-style-type: none"> Aman
<i>Extras</i>	<ul style="list-style-type: none"> Disediakan Makanan

-
- Gratis
 - Ada
 - Transportasi
 - Gratis dari dan ke Bandara
-

Kategori *Basic Facilities* adalah kategori dengan frekuensi terbanyak terhadap kata kunci, *basic facilities* terdiri dari sederhana, nyaman, bersih, aroma baik, ada kamar mandi, kamar luas, pelayanan baik dan sirkulasi udara baik.

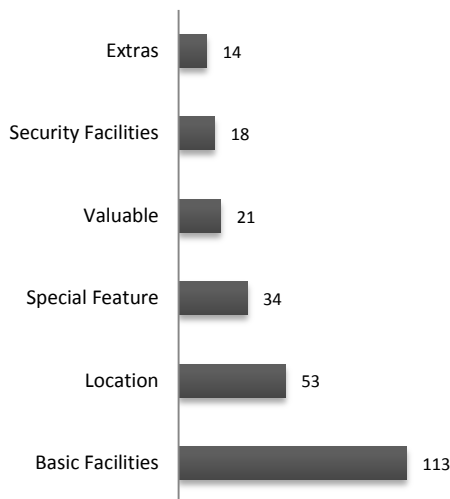


Diagram 5. Frekuensi Kategori Ekspektasi Wisatawan dengan Penginapan terhadap Anggaran

Selective Coding

Lalu tahap berikutnya adalah tahap *selective coding*, dimana pada tahap ini dapat diketahui hubungan antar kategori yang telah didapat dari analisis *axial coding* yang telah dilakukan sebelumnya.

Pada tahap *selective coding*, digunakan analisis korespondensi untuk mendapatkan kategori mana saja yang sering disebutkan secara bersamaan.

Dapat diintrepetasikan bahwa responden dengan anggaran Rp.0-Rp.300.000 cenderung berdekatan dengan *special feature dan location*.

Kata kunci *special feature* terdiri dari disediakan AC, disediakan TV, disediakan WiFi, khas/unik, adanya tempat ibadah dan adanya kolam renang. Untuk kata kunci *location* terdiri dari strategis, *view* bagus dan tidak berisik. Wisatawan yang beranggara rendah menginginkan hotel atau penginapan yang ditempatinya di lokasi yang strategis sehingga dapat menghemat biaya transportasi jika hendak berwisata dan menginginkan hotel atau penginapan yang ditinggalinya memiliki tambahan yang disediakan oleh pihak hotel atau penginapan.

Bagi responden dengan anggaran Rp.300.000-Rp.800.000 cenderung berdekatan dengan *security facilities* dan *basic facilities*, responden mengharapkan rasa aman juga mengharapkan fasilitas dasar yang terdiri dari sederhana, nyaman, bersih, aroma baik, ada kamar mandi, kamar luas, pelayanan baik dan sirkulasi udara baik. Responden dengan anggaran menengah cenderung melihat fasilitas yang diberikan oleh hotel atau penginapan, kamar yang bersih, beraroma baik, dengan fasilitas yang terawat dan aman.

Selanjutnya pada responden yang mempunyai anggaran yang besar, yaitu sebanyak Rp.800.000-Rp.1.500.000 mengharapkan fasilitas ekstra diberikan oleh hotel atau penginapannya, adanya makanan gratis baik *welcome drink* ataupun berupa sarapan dan makan malam yang disediakan oleh hotel atau penginapan yang ditempatinya. Atau dengan memberikan fasilitas antar jemput dari dan ke bandara secara cuma-cuma yang diberikan oleh pihak hotel atau penginapan.

Hasil analisis pada responden yang mempunyai anggaran tinggi atau diatas Rp.1.500.000 mengharapkan penginapan yang ditempatinya *valuable*, harga menyesuaikan dengan fasilitas dan tentu saja hotel dengan *budget* diatas Rp.1.500.000 merupakan hotel yang *luxury* dengan fasilitas yang lengkap, responden dengan anggaran tinggi juga menginginkan diberikan harga cuma-cuma, agar mereka tetap loyal kepada hotel dan penginapan yang ditempatinya.

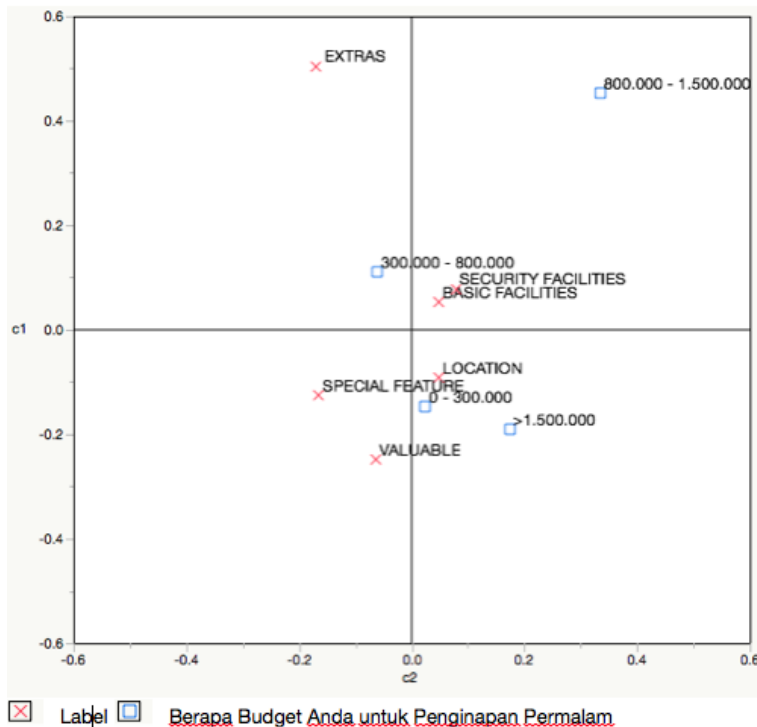


Diagram 6. Analisis Korespondensi antara Kategori dengan Anggaran

Kesimpulan

Dari penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa adanya harapan yang berbeda dari masing-masing responden sesuai dengan anggaran yang dialokasikan.

Responden beranggaran rendah mengharapkan *special feature* dan *location* sedangkan untuk yang beranggaran sedang lebih mengharapkan fasilitas yang diberikan baik, fasilitas keamanan maupun fasilitas dasar yang harus dimiliki oleh sebuah hotel atau penginapan. Responden yang beranggaran tinggi lebih mengharapkan hotel dan penginapan yang *valuable*, yang memberikan nilai lebih atau memberikan secara kamar gratis.

Daftar Pustaka

Arisandi, P.C. (2013). *Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Wisatawan Asing dalam Memilih Tempat Penginapan di D.I. Yogyakarta*. Salatiga:Universitas Kristen Satya Wacana

Creswell, J.W. (2008). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, Inc.

Creswell, J.W (1998) *Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing Among Five Tradition*. California: Sage Publication, Inc.

Groat, L. & Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Horovitz, J. (2000). *Seven Secrets of Service Strategy*. Great Britain:Prectice Hall

Ruskan, E.L., Hartini, D.C., Ibrahim, A. (2013). *Sistem Pendukung Keputusan Memilih Hotel di Kota Palembang dengan Metode Simple Additive Weighting*. Palembang

Tjiptono Fandy (2004). *Strategi Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andy