

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Bayudin & Maradona, (2019) industri perhotelan bukanlah sebuah bisnis yang hanya menawarkan suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau secara keseluruhan bangunannya untuk dapat menyediakan jasa penginapan yang memang dikelola secara komersial. Jenis hotel pun kini sudah sangat bervariasi, bahkan dalam dunia bisnis perhotelan dapat melakukan kegiatan bisnis dengan inovasi yang berbeda-beda. Biasanya para pendatang baru merupakan pesaing dengan inovasi terbaru sehingga dirasa mengganggu para pelaku bisnis lama. Prihanto & Siahaan, (2019) berpendapat bahwa perkembangan industri perhotelan ini sangat tumbuh meningkat, sehingga menimbulkan persaingan yang lebih kompetitif diantara industri hotel-hotel lainnya. Sehingga membuat mereka memaksa untuk dapat melakukan suatu rekonfigurasi kapabilitas yang mereka miliki jika mereka tidak ingin industrinya tergilas. Selain itu pimpinan industri perhotelan perlu memikirkan atau merencanakan kembali mengenai dimensi pengalaman pelanggan, operasi internal dan juga harus dapat menemukan model bisnis yang baru atau yang lebih menarik. Sehingga nantinya mampu melakukan transformasi model bisnis dan dapat menetapkan arah industrinya. Pemimpin industri juga harus dapat berfokus pada aktivitas yang saling melengkapi seperti untuk mempertajam *customer value propositions* dan dapat menstransformasikan model operasinya. Upaya tersebut nantinya dapat membuat mereka bertahan di tengah persaingan yang pesat dan agar tetap menjadi pilihan utama bagi para konsumen.

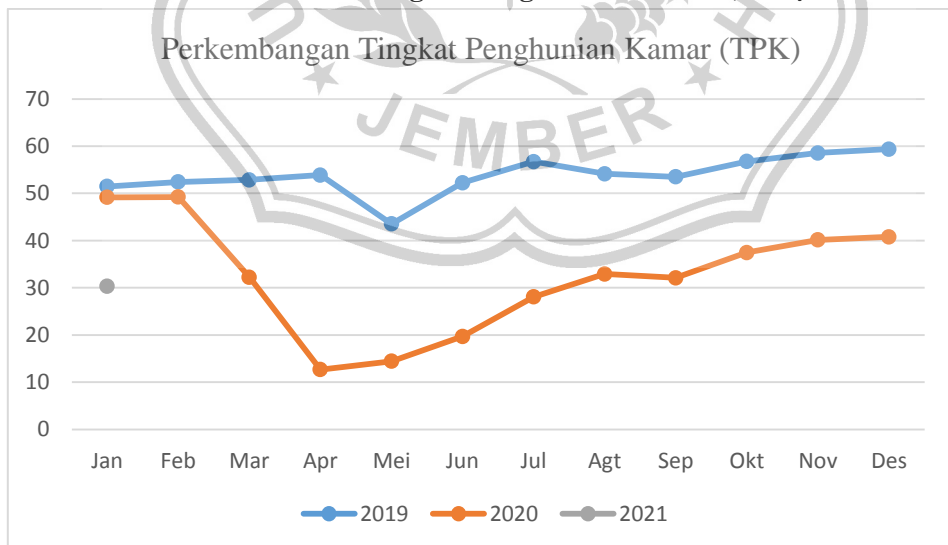
Menurut Wijaya & Santoso, (2018) hotel adalah suatu perusahaan bergerak dalam bidang jasa akomodasi atau bisa disebut dengan istilah penginapan. Pengertian hotel secara umum diartikan sebagai suatu bangunan atau merupakan badan usaha akomodasi yang nantinya dapat menyediakan pelayanan jasa penginapan, menyediakan makanan maupun minuman dan sekaligus fasilitas lainnya yang memang ditunjukkan bagi pengunjung. Saat ini hotel telah dibangun dengan berbagai model dari kelas melati sampai dengan hotel berbintang lima. Masing-masing hotel tersebut saling bersaing agar mendapatkan konsumen.

Marcos & Mustamu, (2014) menyatakan bahwa karena banyaknya hotel yang kini bermunculan dapat menyebabkan terjadinya sebuah persaingan. Tentu hal tersebut dapat menjadikan tantangan bagi suatu industri perhotelan yang bergerak dimasa modern ini. Sehingga nantinya perlu adanya pembaharuan dalam rencana strategi bersaing untuk perusahaan tersebut. Dapat dilihat sendiri bahwa sekarang ini pasar yang dapat menentukan segalanya, membuat persaingan antar hotel semakin ketat. Biasanya perkembangan kegiatan jasa perhotelan dapat di jadikan sebagai barometer pertumbuhan ekonomi untuk suatu wilayah.

Diayudha, (2020) mengungkapkan bahwa pandemi covid-19 yang melanda di dunia salah satunya berdampak pada Indonesia mengakibatkan industri perhotelan mengalami dampak yang sangat besar. Pemberitaan adanya penutupan usaha hotel dimasa pandemi covid-19 menjadikan sebuah bencana bagi mereka. Berbagai macam cara dilakukan agar dapat mengurangi kerugian yang ditimbulkan. Selain itu juga adanya masalah persaingan yang kompetitif antar pesaing. Terlihat dari adanya pertumbuhan hotel-hotel yang semakin meningkat pesat. Dalam menghadapi hal seperti ini manajemen hotel harus dapat mempersiapkan cara agar para konsumen terus mengkonsumsi atau menggunakan jasa mereka dengan bertujuan akan keberhasilan perusahaan itu sendiri atau untuk mendapatkan kepuasan dari para konsumen.

Sedangkan menurut Wirawan *et al.*, (2020) dimana pandemi covid-19 ini telah membuat aktivitas industri perhotelan di dunia menjadi lumpuh total. Dampaknya sendiri membuat sebagian usaha hotel-hotel di Indonesia ditutup. Kondisi tersebut membuat terjadinya penurunan yang dirasakan mulai awal february 2020. Karena adanya pembatasan perjalanan dari berbagai negara. Hal tersebut membuat turunnya tingkat hunian kamar suatu hotel-hotel karena sepiunya pengunjung yang menggunakan jasa penginapan. Ketiadaan pengunjung atau pelanggan baik domestik ataupun internasional membuat industri perhotelan kalang kabut. Selain itu juga adanya permasalahan persaingan untuk mendapatkan konsumen dimasa pandemi covid-19. Dimana pada masa pandemi covid-19 ini persaingan lebih kompetitif dan gencar.

Gambar 1.1 Tingkat Penghunian Kamar (TPK)



Sumber: bps.go.id

Hidayat, (2021) menyatakan bahwa terjadi penurunan perkembangan tingkat hunian hotel yang sangat drastis pada tahun 2020. Dimana pada tahun 2020 ketika pandemi covid-19 masuk ke negara Indonesia pada awal bulan Maret. Terlihat jelas terjadi adanya penurunan tingkat hunian kamar hotel yang semula pada tahun 2019 di bulan Maret terjadi pengembangan tingkat hunian kamar hotel sebesar 52,88. Namun pada bulan Maret 2020 ketika pandemi covid-19 masuk ke Indonesia tingkat hunian hotel hanya menjadi sebesar 32,24. Selanjutnya pada bulan Mei mengalami penurunan kembali sebesar 14,45. Pada bulan Juni sampai bulan Desember sudah mengalami peningkatan sedikit demi sedikit. Walaupun tidak sebanyak pada tahun 2019, angka terakhir pengembangan tingkat hunian hotel pada bulan Desember sebesar 40,79 dan pada bulan Januari 2021 ini kembali terjadi penurunan dengan tingkat hunian kamar menjadi 30,35.

Dalam dunia bisnis sebuah strategi perusahaan merupakan hal yang penting agar dapat menghadapi persaingan. Meningkatkan suatu kinerja pada industri perhotelan perlu untuk dapat menonjolkan adanya keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari suatu produk ataupun jasa yang telah dihasilkan. Serta perlu adanya orientasi pasar dan inovasi yang nantinya dapat membuat bertahan dalam sebuah persaingan. Persaingan yang sangat ketat ini membuat semua hal dituntut untuk lebih inovatif. Kompetisi sendiri merupakan hal yang wajar dalam dunia bisnis, karena tujuan perusahaan pastinya dapat bersaing dalam lingkup industri yang sama dan mempunyai keinginan agar dirinya bisa unggul dari pesaing lainnya (Satwika & Dewi, 2018).

Menurut Wicaksono & Leonandri, (2019) keunggulan kompetitif merupakan sebuah kesatuan dimana berdasarkan ruang lingkup dari strategi yang telah digunakan. Dalam manajemen biasanya terdapat beberapa tingkatan strategi seperti adanya strategi korporasi yang dapat menggambarkan arah dari perusahaan secara menyeluruh, strategi unit bisnis yang digunakan pada level divisi dan strategi fungsional untuk dapat memaksimalkan sumber daya produktivitasnya. Maka perusahaan harus dapat memahami yang diinginkan konsumen untuk masa sekarang dan masa yang mendatang. Berhasil atau tidaknya perusahaan berasal dari adanya keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Industri perhotelan untuk dapat mempertahankan pelanggan atau konsumen maka dibutuhkan strategi khusus, yang pada dasarnya bertujuan untuk menarik konsumen agar dapat menyukai produk atau jasa yang akan diberikan. Perusahaan akan tetap berusaha untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif ini merupakan strategi yang akan dilakukan perusahaan agar tetap dapat menciptakan atau dapat memberi nilai positif kepada para konsumen. Hal-hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat menerapkan keunggulan kompetitif salah satunya dengan diferensiasi, kinerja pemasaran, kualitas pelayanan, inovasi, sistem informasi, desain bangunan, lokasi, sumber daya manusia yang dimiliki, kapabilitas

perusahaan, loyalitas pelanggan dan sebagainya. Objek dalam penelitian ini merupakan industri yang bergerak dalam perhotelan. Berdasarkan hasil observasi bahwa keunggulan kompetitif merupakan hal penting bagi perusahaan untuk mendapatkan nilai tersendiri dibandingkan dengan para pesaingnya. Sehingga keunggulan kompetitif juga dapat mempengaruhi kelangsungan untuk hotel itu sendiri, karena adanya faktor pesaing yang semakin banyak.

Beberapa peneliti menjelaskan bahwa ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif hotel. Salah satu peneliti menjelaskan faktor utama yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif hotel adalah diferensiasi. Heriyanto & Paryanti, (2015) menjelaskan bahwa strategi diferensiasi adalah strategi yang baik untuk dapat diterapkan. Ketika diterapkan dengan tepat maka dapat tercapainya tujuan perusahaan. Keunggulan kompetitif disini menekankan pada keunggulan produk, dan diikuti dengan menciptakan konsumen yang loyal dan kegiatan paling rendah yang dilakukan hotel adalah ketika menciptakan kualitas teknologi layanan berbelanja. Berbeda dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Shidqi & Tricahyono, (2017) yang menyatakan bahwa faktor utama dari keunggulan kompetitif hotel berasal dari sumber daya yang telah diberikan kepada para konsumen serta kapabilitas yang dimiliki perusahaan itu sendiri.

Sedangkan Jat & Ngatno, (2016) menyatakan bahwa faktor lain yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif hotel adalah dari hasil orientasi pasar dan inovasi dalam hotel itu sendiri. Inovasi merupakan hal penting untuk dapat menciptakan ciri khas unik yang dapat berbeda dari pesaing lainnya. Aji, (2018) mengemukakan mengenai penelitiannya bahwa adanya faktor teknologi informasi pada hotel sendiri yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif dimana jika teknologi informasi yang dimiliki lebih canggih maka untuk melakukan pemasaran atau hal apapun yang berhubungan untuk keberlangsungan hotel akan lebih mudah dan lebih modern. Namun berbeda dengan penelitian Sari, (2018) menyatakan bahwa desain bangunan dan lokasi juga menjadi faktor dari keunggulan kompetitif hotel dimana ketika hotel dapat memiliki ciri khas tersendiri dari bangunan dan lokasi yang strategis maka hotel tersebut bisa bersaing dengan para pesaingnya karena memiliki hal unik atau ciri khas tersendiri dari pesaingnya.

Penelitian mengenai faktor keunggulan kompetitif hotel memang sudah banyak dilakukan, karena banyaknya penelitian mengenai faktor keunggulan kompetitif hotel. Sehingga membuat adanya hal yang di rasa kurang tepat ataupun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Kemudian pembahasan atau penelitian mengenai faktor keunggulan kompetitif hotel di Indonesia masih sangat minim. Sejauh ini, belum ada *systematic literature review* yang membahas mengenai faktor keunggulan kompetitif hotel di Indonesia. Sehingga, penelitian pada faktor keunggulan kompetitif hotel dapat menggunakan adanya bantuan pada tinjauan pustaka sistematis atau yang bisa disebut dengan *systematic literature review*. Agar

nantinya penelitian ini dapat memberi gambaran informasi sekaligus menganalisis adanya penelitian sesuai topik penelitian yang sebelumnya telah diteliti dan bertujuan mengisi kesenjangan penelitian dengan memberikan analisis faktor keunggulan kompetitif hotel di Indonesia secara luas. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perhotelan di Indonesia untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sehingga nantinya dapat bersaing dengan industri perhotelan lainnya. Menurut Melfianora, (2019) *Systematic review* merupakan metode tinjauan pustaka sistematis dimana untuk mengidentifikasi, menilai, dan untuk menginterpretasi seluruh temuan yang sudah didapat sesuai dengan topik penelitian dan untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian (*research question*) yang ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Systematic Literature Review Faktor Keunggulan Kompetitif Hotel di Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

“Apa saja faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif hotel di Indonesia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah diatas, maka untuk tujuan dari penelitian yang dilakukan mengenai faktor keunggulan kompetitif yang digunakan industri perhotelan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian studi literatur ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui dan menganalisis faktor keunggulan kompetitif hotel di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan mampu memberi kontribusi manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian secara teoritis nantinya diharapkan akan mampu memberikan sumbangan teoritis dalam menentukan pembelajaran yang baik dan tepat agar bisa di terapkan atau dipakai dalam dunia pendidikan baru.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan terhadap bidang Manajemen Strategik terutama mengenai faktor keunggulan kompetitif hotel.
 - c. Penelitian ini diharapkan nantinya dapat dijadikan perbandingan dan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait faktor keunggulan kompetitif hotel.

- d. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan kepada pihak manajemen mengenai faktor kompetitif keunggulan hotel.
- e. Digunakan sebagai agenda riset yang dapat digunakan peneliti-peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini bermanfaat untuk sebagai bahan referensi dalam pemahaman mengenai faktor keunggulan kompetitif hotel dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Bagi industri perhotelan dapat memberikan masukan atas tindakan yang dapat diambil untuk mengetahui mengenai keunggulan kompetitif hotel dan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak industri perhotelan di Indonesia.
- c. Bagi pendidik diharapkan bahwa penelitian ini nantinya menjadi sebuah pondoman dalam menggunakan dan mengembangkan pendekatan secara lebih modern.

