

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia bisnis yang berkembang dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan. Bisnis pada abad ke-21 banyak menghadapi tantangan dikarenakan calon konsumen lebih tertarik pada produk dengan kualitas tinggi (*high quality*), biaya yang rendah (*low cost*), serta produk atau jasa yang lebih cepat dalam menghadapi perubahan zaman. Akibat berkembangnya berbagai macam perusahaan saat ini baik perusahaan yang memproduksi barang/produk ataupun perusahaan jasa menjadikan tingkat persaingan semakin tinggi. Globalisasi pasar juga berperan dalam meningkatkan interaksi ekonomi dan saling ketergantungan antarpelaku ekonomi. Hal-hal tersebut akan menyebabkan semua perusahaan berusaha memanfaatkan segala sumber daya untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang kuat.

Perkembangan bisnis juga terjadi pada bidang pariwisata, perkembangan ini membawa dampak besar pada berbagai sektor di Negara-negara, termasuk Indonesia. Banyak perusahaan di Indonesia yang bersaing mencari peluang bisnis dengan nilai investasi yang tinggi, salah satunya adalah sektor pembangunan pada bidang pariwisata.

Perkembangan sektor pariwisata Indonesia didukung oleh pertumbuhan ekonomi, terlebih lagi dengan adanya sosialisasi industri kreatif dari pemerintah. Dampak dari perkembangan tersebut membuat sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan nasional (Yakup, 2019). Salah

satu usaha akomodasi yang pengaruhnya cukup besar dalam industri pariwisata adalah hotel, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di Indonesia dari tahun 2014-2019.

**Tabel 1.1**

**Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di Indonesia periode 2014-2019**

| No. | Tahun | Jumlah TPK (persen) |
|-----|-------|---------------------|
| 1.  | 2014  | 52,56               |
| 2.  | 2015  | 53,92               |
| 3.  | 2016  | 54,29               |
| 4.  | 2017  | 56,69               |
| 5.  | 2018  | 58,75               |
| 6.  | 2019  | 58,81               |

Di tengah meningkatnya nilai TPK, pada tahun 2020 Indonesia dikejutkan dengan adanya wabah virus *covid-19* yang melanda sebagian besar wilayah dunia. Kemunculan wabah ini memberikan efek pada keadaan manusia (kesehatan), sosial serta ekonomi. Salah satu sektor ekonomi yang paling merasakan dampak dari adanya wabah covid ini adalah sektor pariwisata. Tekanan pada industri pariwisata sangat terlihat dari berkurangnya wisatawan mancanegara yang datang dan juga masyarakat lokal yang enggan melakukan perjalanan karena khawatir dengan bahaya wabah *covid-19*.

Provinsi Gorontalo merupakan provinsi terakhir yang kedatangan ‘tamu’ covid ini, walaupun menjadi provinsi terakhir bukan berarti kasus penularan covid lebih sedikit dibanding provinsi lainnya. Dampak yang dirasakan masyarakat Gorontalo juga terbilang cukup parah. Hal ini juga dirasakan oleh perusahaan

akomodasi hotel khususnya di Kota Gorontalo. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik nilai TPK (Tingkat Penghunian Kamar) pada bulan Januari 2020 mengalami penurunan yang drastis dibandingkan bulan Desember tahun 2019. Penurunan ini terus terjadi hampir selama setengah tahun. Nilai TPK pada bulan Desember 2019 adalah 42,29 % menurun pada bulan Januari 2020 menjadi 30,50 % kemudian terus turun sampai pada nilai terendah pada bulan Mei 2020 yakni 6,14%.

Melihat dampak yang terus menghantam sektor pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melakukan berbagai upaya dan menciptakan langkah untuk menyelamatkan pariwisata Indonesia. Ada tiga fase penyelamatan yang bisa dilakukan yaitu yang pertama fase tanggap darurat, fase pemulihan, dan yang terakhir fase pemulihan.

Fase tanggap darurat berfokus pada kesehatan, seperti menginisiasi program perlindungan sosial, mendorong produktivitas serta kreatifitas sewaktu WFH, melakukan komunikasi koordinasi dengan daerah pariwisata mengenai krisis pariwisata, dan melakukan persiapan untuk fase pemulihan. Selanjutnya adalah fase pemulihan yaitu dengan mulai membuka secara bertahap tempat-tempat wisata di Indonesia. Sebelum langkah ini diambil, telah dilakukan persiapan yang sangat matang seperti penerapan protokol CHSE (*Cleanliness, Healthy, Safety, Environmental sustainability*) di tempat wisata dan mendukung pengoptimalisasian kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Yang terakhir adalah fase pemulihan dimana fase ini adalah tahap mempersiapkan destinasi dengan penerapan protokol CHSE, meningkatkan minat

pasar, diskon harga untuk paket wisata dan kegiatan MICE (Kemenparekraf, 2019).

Perlahan-lahan keadaan pariwisata khususnya bidang akomodasi hotel mulai membaik. BPS mencatat pada bulan Juni 2020 nilai TPK mulai naik begitu juga dengan bulan-bulan selanjutnya. Pertumbuhan nilai TPK pada akomodasi hotel yang semakin meningkat juga terjadi di Provinsi Gorontalo. Menurut Plt. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Gorontalo, TPK (Tingkat Penghunian Kamar) di Gorontalo pada bulan Februari tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 26,81 persen dibanding bulan sebelumnya yakni 21,50 persen.

Hotel Eljie Syariah adalah salah satu hotel yang berada di Kota Gorontalo dengan standar bintang satu yang mampu melewati krisis akibat wabah *covid-19* dengan sangat baik. Pada awal kemunculan wabah ini, terjadi penurunan nilai TPK yang sangat mempengaruhi hotel. Sama seperti nilai TPK hotel seluruh kota Gorontalo yang dicatat oleh BPS, nilai TPK pada hotel Eljie Syariah Gorontalo pada bulan Januari sampai Mei terus menurun. Kemudian setelah itu keadaan mulai membaik secara perlahan.

**Tabel 1.2**

**Nilai TPK Hotel Eljie Syariah Juli 2020-Oktober 2021**

| <b>Tahun</b> | <b>Bulan</b>   | <b>Jumlah Hari</b> | <b>Jumlah Kamar</b> |
|--------------|----------------|--------------------|---------------------|
| 2020         | Juli (31)      | 27                 | 46                  |
|              | Agustus (31)   | 22                 | 33                  |
|              | September (30) | 28                 | 56                  |
|              | Oktober (31)   | 26                 | 55                  |
|              | November (30)  | 22                 | 46                  |
|              | Desember (31)  | 27                 | 124                 |
| 2021         | Januari (31)   | 26                 | 51                  |
|              | Februari (29)  | 27                 | 116                 |
|              | Maret (31)     | 29                 | 79                  |
|              | April (30)     | 25                 | 56                  |

|  |                |      |      |
|--|----------------|------|------|
|  | Mei (31)       | 27   | 81   |
|  | Juni (30)      | 28   | 70   |
|  | Juli (31)      | Full | Full |
|  | Agustus (31)   | Full | 43   |
|  | September (30) | Full | 57   |
|  | Oktober (31)   | 30   | 77   |

Berdasarkan data tersebut dalam sebulan paling sedikit ada 7 hari dimana hotel sama sekali tidak mempunyai pengunjung hal ini tentu sangat berbeda jika dibandingkan dengan keadaan saat dampak wabah covid belum bisa ditangani. Pada bulan Juni tahun 2020 pihak hotel mengambil kebijakan untuk menangani dampak wabah yaitu melakukan kerja sama dengan pihak pemerintah dalam bentuk penyediaan kamar untuk tenaga kesehatan (nakes) serta bagi para OTG (Orang Tanpa Gejala). Selain itu pihak Hotel Eljie juga ikut menjalankan program Work From Hotel. Hal-hal inilah yang menyelamatkan Hotel Eljie dari krisis akibat adanya wabah *covid-19*.

Tidak sedikit hotel-hotel dengan standar bintang satu yang tutup akibat adanya wabah *covid-19* ini, kemampuan untuk dapat bertahan di tengah adanya wabah merupakan suatu kelebihan yang dimiliki oleh Hotel Eljie Syariah Gorontalo. Kemampuan ini merupakan wujud dari adanya keunggulan bersaing yang membuat hotel mampu bersaing dengan hotel lainnya di tengah pandemi. Selain kerjasama dengan pihak pemerintah faktor nilai jasa yang dimiliki oleh hotel merupakan salah satu aspek yang membuat hotel tetap unggul walaupun dalam keadaan kritis sekalipun. Pemberian diskon juga mempengaruhi loyalitas pengguna jasa hotel. Lokasi yang strategis dan kemampuan sumber daya juga merupakan aspek yang sangat penting sebagai penunjang keunggulan bersaing hotel.

Keunggulan bersaing berkenaan dengan kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mengeksploitasi peluang yang menguntungkan demi memaksimalkan pendapatan investasi (Anoraga, 2011). Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan bersaing apabila mempunyai sesuatu yang lebih daripada pesaingnya dalam hal menarik minat konsumen dan mampu bertahan (*survive*) atas segala tekanan dari lingkungan. Menurut Wahyudi (1996) keunggulan bersaing dapat diperoleh dari kualitas produk, merek, kepuasan konsumen, harga, jalur distribusi, dan pangsa pasar. Apabila sumber-sumber tersebut mampu diraih oleh perusahaan, peluang produk atau jasa tersebut akan diminati pasar makin tinggi, terlebih jika dapat dipertahankan dalam kurun waktu yang lama maka akan menghasilkan benefit yang konsisten untuk perusahaan.

Agar keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan dapat terus berlanjut (*sustainability*), perusahaan hendaknya menyediakan produk maupun jasa yang dipandang konsumen memiliki *value* yang lebih daripada produk/jasa lain. Salah satu caranya agar produk maupun jasa yang dihasilkan memiliki nilai lebih di mata konsumen adalah dengan menerapkan strategi diferensiasi, yaitu proses menciptakan suatu pembeda antara produk atau jasa suatu perusahaan dengan perusahaan lain. Diferensiasi biasanya terdiri atas identifikasi perbedaan dan menetapkan perbedaan yang diwujudkan melalui marketing yang menarik perhatian konsumen. Diferensiasi merupakan metode dasar dalam pemasaran yang prakteknya terwujud dari beragam cara untuk menarik minat konsumen pada

satu produk maupun jasa yang ditawarkan diantara sekian banyak versi atau jenis produk/jasa yang sama.

Salah satu jenis pendiferensiasian yang dapat dilakukan adalah diferensiasi citra. Kotler mengungkapkan bahwa citra adalah pandangan masyarakat terhadap suatu produk atau perusahaan, citra dipengaruhi oleh berbagai macam faktor diluar kontrol perusahaan. Diferensiasi citra merupakan usaha untuk menciptakan suatu pembeda yang berkaitan dengan gagasan, keyakinan, dan kesan seseorang atau konsumen terhadap perusahaan atau objek tertentu guna menjadikannya sebagai konsumen loyal (Muntaha et al., 2018). Melakukan diferensiasi pada citra perusahaan juga erat kaitannya dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial atau yang sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mencatat pada tahun 2020 masih terdapat 303 jumlah perusahaan yang masih belum maksimal menjalankan CSR. Padahal, tanggung jawab sosial ini mempunyai salah satu manfaat yaitu membina hubungan baik dengan *stakeholder* eksternal sehingga menciptakan kepercayaan dan membuktikan perilaku yang etis (tulus) sehingga akhirnya mendapatkan keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif.

Belum maksimalnya pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh pelaku usaha dalam menjalankan tanggung jawab sosial dapat menjadi peluang untuk Hotel Eljie Syariah agar lebih menonjol di mata masyarakat terlebih lokasi hotel yang sangat strategis dan berada di tengah-tengah lingkungan masyarakat. Sampai saat ini sudah ada beberapa program CSR yang rutin dijalankan oleh pihak hotel seperti pada bidang kesehatan, lingkungan dan juga bantuan tanggap bencana.

Tanggung jawab perusahaan bukan hanya semata-mata memberikan kepuasan bagi para pemegang saham, tetapi termasuk bertanggung jawab untuk memperhatikan kondisi lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Kepedulian pada lingkungan sekitar secara lebih luas diistilahkan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang diwujudkan dengan kesadaran diri dari para pelaku usaha.

Diferensiasi citra atau citra merek suatu produk maupun jasa memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing, hal ini didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian pertama yaitu dilakukan oleh I Dewa Gede Wilantara dan Ni Nyoman Rsi Respati (2020) membuktikan bahwa diferensiasi produk, diferensiasi layanan, dan diferensiasi citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kedua, penelitian oleh Arsy Permatasari Zahara, R Deni Muhammad Danial dan Acep Samsudin (2020) mengungkapkan bahwa strategi diferensiasi memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui diferensiasi produk, personil, pelayanan, maupun citra. Ketiga, penelitian Jubaidah Irani (2019) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Bunga Ayu Valiandri (2016) membuktikan bahwa strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing mempunyai pengaruh yang signifikan dengan pengaruh yang lebih dominan adalah diferensiasi produk. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wina Asty (2015) strategi diferensiasi produk, pelayanan, citra, yang dilakukan tidak dapat menciptakan keunggulan bersaing. Penelitian selanjutnya oleh Nicky H.R Tampi (2015)



membuktikan bahwa strategi diferensiasi citra secara parsial dan signifikan tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian oleh Omega Wulan Wilar, Frederic G. Worang, dan Djurwati Soerpono (2017) mendapatkan hasil bahwa variabel citra merek secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muhammad Anang Firmansyah, Budi W Mahardika, dan Ani Susanti (2019) yang hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa diferensiasi citra tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing juga dapat ditingkatkan dengan penerapan CSR yang maksimal oleh suatu perusahaan, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faridah Shafa A, Nurdin, dan Azib (2015) yang mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan Bersaing. Zhonghua Zhao, Fanchen Meng, Yin He, and Zhouyang Gu (2019) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR dapat berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing secara langsung dan tidak langsung. Dewi Febrianti (2013) CSR berpengaruh dalam menentukan keunggulan bersaing, Nur Faliza (2021) CSR mampu meningkatkan SDM untuk mencapai keunggulan bersaing. Penelitian oleh Martinuzzi dan Krumay (2013) positif dan signifikan diantara keduanya, El Geraihy *et al.* (2014) CSR mampu menciptakan dan meningkatkan keunggulan bersaing, Saedi *et al.* (2015) terdapat pengaruh yang positif antara CSR dan keunggulan bersaing, Fankenberg dan Brunsel (2011) CSR dapat memberikan keunggulan bersaing, Chang dan Chen (2012) CSR untuk mencapai keunggulan bersaing, serta Quairel-Lanoizele (2011) CSR dapat memperkuat keunggulan kompetitif, namun penelitian lainnya mengungkapkan hasil yang berlawanan oleh

Wang *et. al* (2014) dan Galant dan Cadez (2017) yang menemukan hasil bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian-penelitian ini yang membuat penulis tertarik untuk menyusun suatu penelitian terkait pengaruh strategi diferensiasi citra dan *corporate social responsibility* terhadap keunggulan bersaing dan mengangkat judul “**Pengaruh Strategi Diferensiasi Citra dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Keunggulan Bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo**”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Tingkat persaingan antarhotel yang makin tinggi di Kota Gorontalo untuk memperoleh keunggulan bersaing
2. Kemunculan wabah covid-19 yang berdampak pada penurunan nilai TPK Hotel Eljie Syariah Gorontalo
3. Belum maksimalnya penanaman nilai jasa hotel kepada konsumen sehingga masih kurang diminati

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah strategi diferensiasi citra berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo?
3. Apakah strategi diferensiasi dan *corporate social respobsibility* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Menganalisa seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo.
2. Menganalisa seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility* terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo.
3. Menganalisa seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi citra dan *corporate social respobsibility* terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan, maka diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut ini:

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan Pengaruh Strategi Diferensiasi Citra dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Keunggulan Bersaing.

##### **2. Secara Praktis**

- a. Bagi Hotel Eljie Syariah Gorontalo

Penelitian ini diharapkan memberi bahan informasi yang bermanfaat untuk mengambil kebijakan dalam meraih keunggulan bersaing.

b. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi