

PREFERENSI DALAM PEMILIHAN KOST EKSKLUSIF SEBAGAI ALTERNATIF SEWA KAMAR HARIAN BAGI *BUDGET TRAVELLER*

Andung Awang Heranto
STIEPARI Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari Semarang. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi tamu. Dalam penelitian ini dibatasi pada preferensi dominan yang dicari oleh para tamu. Tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan preferensi apa saja yang digunakan oleh para tamu dalam memutuskan kost eksklusif sebagai tempat tinggal sementara. Penelitian ini dilakukan dengan penelitian bermetode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan memperoleh data dan fakta yang diperlukan, observasi, dan studi dokumentasi. Peneliti menggunakan responden sebanyak 10 orang, dengan rincian 7 responden tamu, 1 responden manajer operasional, 1 housekeeper, 1 frontdesk. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa 1. Dalam memilih kamar untuk disewa secara harian, tamu mempunyai 4 preferensi dominan yaitu harga, lokasi, fasilitas, dan lingkungan, 2. Dibandingkan dengan hotel budget, kost eksklusif masih lebih ekonomis harganya dengan fasilitas yang hampir sama, 3. Selain 4 preferensi dominan diatas, kekompakan dan koordinasi karyawan dalam melayani tamu mempunyai pengaruh penting terhadap pelayanan kepuasan tamu. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konsumen milenial saat ini sangat selektif dalam membelanjakan uangnya terutama saat bepergian. Mereka mempunyai banyak alternative tempat menginap sesuai bujetnya, dan bisa mengalokasikan dana liburan atau bepergian ke hal lain yang bisa menambah nilai liburannya tersebut.

Kata Kunci: Preferensi Menginap

ABSTRACT

This research was conducted at D'Paragon Bukitsari Exclusive Boarding House in Semarang. There are several factors that affect guest preferences. In this study limited to the dominant preferences sought by guests. The purpose of this study is to explain what preferences are used by guests in deciding an exclusive boarding house as a temporary residence. This research was conducted with a descriptive qualitative method. Data collection techniques using the interview method by obtaining the necessary data and facts, observation, and study documentation. The researcher used 10 respondents, with details of 7 guest respondents, 1 operational manager respondent, 1 housekeeper, 1 frontdesk. From the results of this study it can be seen that 1. In choosing rooms to be rented daily,

Received Juli 30, 2021; Revised Agustus 2, 2021; September 22, 2021

**Corresponding author, e-mail address*

guests have 4 dominant preferences namely price, location, facilities, and environment, 2. Compared to budget hotels, exclusive boarding houses are still more economical in price with almost the same facilities , 3. In addition to the four dominant preferences above, employee cohesiveness and coordination in serving guests has an important influence on guest satisfaction services. The conclusion of this study is that millennial consumers are very selective in spending their money, especially when traveling. They have many alternative places to stay according to the budget, and can allocate vacation funds or travel to other things that can add value to the vacation.

Keywords: *Stay Over Preferences.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata sangat ditunjang oleh bisnis akomodasi yang berbentuk penginapan atau hotel. Saat ini bahkan telah berkembang Kost Eksklusif yang disewakan secara harian untuk para wisatawan. Agar memperoleh kost eksklusif sebagai tempat menginap yang sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa faktor (preferensi) yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh *traveller* sebelum memutuskan kost eksklusif mana yang akan dipilih. Beberapa faktor diantaranya adalah fasilitas, harga sewa, dan lingkungan sekitar. Kehadiran kost eksklusif yang menyediakan fasilitas tambahan seperti air panas untuk mandi, *Wi-Fi*, dan TV kabel telah menjadi pertimbangan *traveller*. Selain faktor fasilitas yang disediakan oleh pihak kost, perbandingan harga sewa, dan lingkungan, *traveller* memilih kost eksklusif juga dipengaruhi oleh kelompok referensi. Kelompok referensi adalah seorang individu atau kelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang (Sumarwan, 2011). Objek dalam penelitian ini adalah Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari.

Proses pemesanan kamar yang lambat karena gangguan sistem, sinyal, maupun jaringan internet. Kekurangan area parkir mobil saat semua kamar terjual untuk sewa harian maupun bulanan. Gangguan pada beberapa fasilitas kost yang mengakibatkan berkurangnya kenyamanan tamu, seperti air panas, wifi, dan siaran TV kabel. Pelayanan petugas yang kurang ramah karena kekurangan staf pada saat *high occupancy*.

TINJAUAN PUSTAKA

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah suatu konsep yang sangat penting dalam kehidupan ini. Dalam kegiatan bisnis segmentasi pasar digunakan untuk memilih *target market*, mencari peluang, mengurangi segmen pemimpin pasar, merumuskan pesan-pesan komunikasi, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen, dan mendesain produk (Kasali, 2008). Riggs (Boyd *et al.*, 2000) menggambarkan 3 (tiga) konsep pemasaran yang saling berkaitan, yakni segmentasi pasar (*market segmentation*), penetapan pasar sasaran (*market targeting*), dan penentuan posisi produk (*product positioning*). Segmentasi pasar menurut Kotler & Gary (2008) adalah proses mengidentifikasi dan membedakan kelompok-kelompok pembeli yang mungkin lebih menyukai atau memerlukan berbagai produk dan bauran pemasaran.

Teori Preferensi

Teori pilihan (*theory of choice*) dalam ilmu ekonomi dimulai dengan menjelaskan preferensi (pilihan) seseorang. Teori pilihan adalah hubungan timbal balik antara preferensi (pilihan) dan berbagai kendala yang menyebabkan seseorang menentukan pilihan-pilihannya. Preferensi itu meliputi pilihan dari yang sederhana sampai yang kompleks, untuk menunjukkan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati segala sesuatu yang dilakukan. Tetapi setiap orang tidak bebas melakukan segala sesuatu yang diinginkan karena terkendala waktu, pendapatan, dan banyak faktor lain dalam menentukan pilihannya. Model yang digunakan oleh para ekonom juga harus menggambarkan bagaimana berbagai kendala tersebut dapat menentukan cara setiap individu membuat pilihan berdasarkan preferensinya (Nicholson, 2002).

Teori Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Menurut Kotler & Gary (2013) definisi marketing mix, yaitu; marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market, artinya bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju. Untuk menunjang keperluan tersebut, pengusaha dapat melakukan kebijakan-kebijakan yang terdiri atas; *produk, price, place, dan promotion* (Gitosudarmo, 1996)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari Semarang, Jl. Bukitsari Raya No. 2B. Dilakukan selama 3 bulan di dari bulan April hingga bulan Juni tahun 2019. Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Karyawan dan Manajer D'Paragon Bukitsari sebanyak 3 orang dan tamu yang berkunjung sebanyak 7 orang. Kost D'Paragon Bukitsari ini terletak di wilayah atas kota Semarang dan memiliki tempat strategis. Rata-rata tamu yang berkunjung berasal dari berbagai kota. D'Paragon Bukitsari ini memiliki fasilitas yang cukup baik dengan harga yang terjangkau namun sayang kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan masih belum maksimal karena keterbatasan staf.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

D'Paragon Bukitsari sebagai bagian dari jaringan kost eksklusif terbesar di Indonesia yaitu D'Paragon (www.dparagon.com) menawarkan hunian sementara yang nyaman, eksklusif dan berprivasi tinggi dalam bentuk kamar sewa (kost eksklusif) dan *guest house* yang dapat disewa harian, mingguan dan bulanan. Dengan fasilitas penginapan lengkap seperti kamar ber-AC, *spring bed*, kamar mandi dalam, *water heater*, *TV cable*, hotspot, parkir motor dan mobil, security 24 jam, CCTV, *free laundry & cleaning service* menghadirkan kenyamanan dan suasana seperti layaknya berada di hotel berbintang. Dengan konsep hunian "*Stay with Style*", D'Paragon berusaha memberikan produk layanan dan fasilitas hunian yang lebih mencerminkan gaya hidup modern masyarakat urban yang eksklusif. Bentuk bangunan yang modern dan dirancang khusus untuk kenyamanan tempat tinggal, desain interior, dan eksterior yang *up to date*, penjaga yang ramah dan cekatan menjadikan hunian unik dan berbeda dengan kost eksklusif dan *guest house* lainnya.

Deskripsi Partisipan

1	Ina Uyun Kurniawati	Perempuan	21	Karyawati Swasta (Konsumen)
2	M. Iksanul Yakin	Laki-laki	30	Karyawan Swasta (Konsumen)
3	Ristia Mariana,	Perempuan	56	Dokter PNS (Konsumen)
4	Adnan Hidayat	Laki-laki	23	Mahasiswa S2 (Konsumen)
5	Linda Inung Prahesti	Perempuan	19	Wiraswasta (Konsumen)
6	Nurmasyida RS.	Perempuan	23	PNS (Konsumen)
7	Guido Nadeak	Laki-laki	22	Wiraswasta (Konsumen)
8	Saktiyo Suharto	Laki-laki	40	Manajer Operasional (Pengelola)
9	Umi Hariyanti	Perempuan	36	Frontdesk (Pengelola)
10	Hariyono	Laki-laki	20	Housekeeper (Pengelola)

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan masing-masing sebanyak 5 (50,0%) subjek. Hal ini supaya hasil wawancara dalam penelitian ini berimbang antara jawaban laki-laki dan perempuan berkaitan dengan preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* pada Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari.

Bahwa subjek dalam penelitian ini sebagian besar berusia 19-40 tahun sebanyak 9 (90,0%) subjek dan berusia 56 tahun sebanyak 1 (1,0%) subjek. Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian ini jumlahnya diambil sebagian besar dari usia remaja pertengahan sampai dewasa akhir, di mana subjek sudah dapat memahani tentang permasalahan penelitian terkait dengan preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* pada Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari.

Bahwa subjek dalam penelitian ini sebagian besar sudah bekerja sebanyak 6 (85,7%) subjek dan sisanya masih sebagai mahasiswa sebanyak 1 (14,3%) subjek. Hal ini supaya

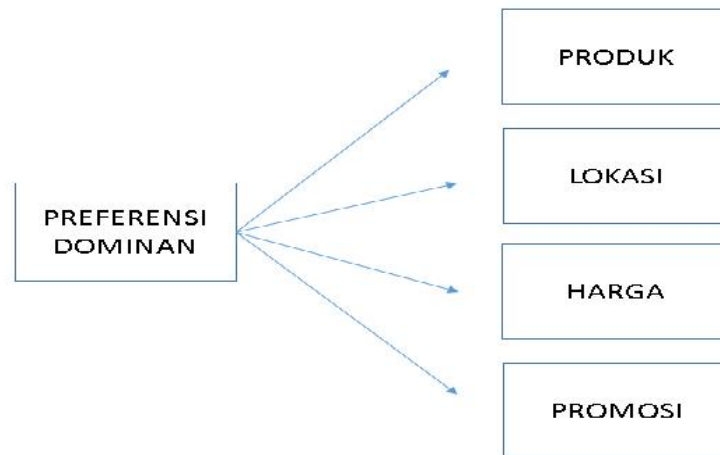
hasil wawancara dalam penelitian ini berkompeten dari seseorang yang sudah bekerja berkaitan dengan preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* pada Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Saktiyo Suharto (Manajer Operasional) sebagai pengelola Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari bahwa sebagian besar adalah mahasiswa, *single*, pekerja kantor, maupun wiraswasta. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari pihak pengelola dan konsumen.

Preferensi Dominan Dalam Pemilihan Kost Eksklusif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 preferensi yang dominan dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* di Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari. Preferensi tersebut yaitu:

- a. Produk (gedung yang bersih, aman, tenang, parkir luas, fasilitas lengkap, pelayanan yang baik)
- b. Lokasi (strategis, dekat ke tempat-tempat penting, dan transportasi mudah)
- c. Harga (terjangkau, sesuai dengan gaya hidup, sesuai dengan kebutuhan dan *budget* yang dimiliki)
- d. Promosi (mudah ditemukan melalui media sosial, promosi yang menarik, memberikan nilai tambah berupa potongan harga, kupon undian, atau hadiah langsung).

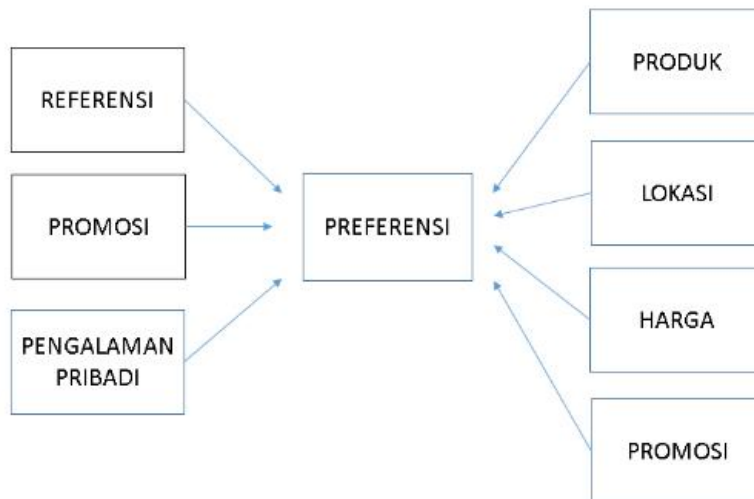
Dari 4 preferensi tersebut ditemukan 2 preferensi yang konsisten tampil yaitu Produk dan Lokasi.



Faktor-faktor Penyebab Timbulnya Preferensi

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang menjadi penyebab timbulnya preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* pada Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari adalah:

- a. Referensi dari teman atau saudara (3 informan)
- b. Informasi produk di internet dan media sosial (3 informan)
- c. Pengalaman menginap sebelumnya (1 informan)



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Preferensi yang dominan dalam pemilihan rumah kos eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* dalam memilih Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari adalah Produk, Lokasi, Harga, dan Promosi. Jadi dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa tidak ada preferensi yang benar-benar dominan dalam pemilihan kost eksklusif D'Paragon Bukitsari sebagai alternatif sewa kamar harian. Namun, ada 1 preferensi yang secara konsisten muncul dalam setiap jawaban informan yaitu Produk seperti terlampir dalam tabel 4.3. Disitu bisa kita simpulkan bahwa preferensi-preferensi lain dikesampingkan oleh para informan karena kualitas gedung, fasilitas, dan pelayanan ternyata menjadi alasan pertama dalam pemilihan kamar untuk disewa harian meskipun preferensi Harga, Lokasi, dan Promosi juga menjadi pertimbangan penting.
2. Faktor-faktor yang menjadi penyebab timbulnya preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* pada Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari adalah Referensi, Promosi, dan Pengalaman Pribadi. Dari sini bisa diambil kesimpulan bahwa tidak ada faktor preferensi yang paling banyak berpengaruh pada penyebab timbulnya preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* pada Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari. Namun ada 2 faktor dari para informan yang lebih banyak muncul yaitu faktor Referensi dan Promosi

Saran

Setelah memberikan kesimpulan atas hasil kajian pada uraian di atas, maka dibagian akhir penyusun mencoba memberikan saran kepada pihak pengelola Kost Eksklusif D'Paragon Bukitsari dalam membangun dan mempertahankan preferensi dalam pemilihan kost eksklusif sebagai alternatif sewa kamar harian bagi *budget traveller* untuk meningkatkan jumlah tamu.

1. Terkait produk, pengelola perlu melakukan penambahan fasilitas dapur bersama untuk digunakan oleh para tamu secara komunal, pengaturan parkir mobil dengan

petugas *valet* khusus 24 jam untuk membantu keluar masuk mobil di area parkir yang pada malam hari terasa kurang.

2. Terkait lokasi, pengelola perlu menambah baliho dan beberapa penunjuk arah di sekitar lokasi agar para tamu yang baru pertama kali menginap disini lebih mudah menemukan lokasi Kost Rksklusif D'Paragon Bukitsari.
3. Terkait harga, pengelola harus bisa mempertahankan posisi ditengah-tengah para kompetitor. Pengelola tidak perlu ikut terjun menjual kamar dengan harga sangat murah sehingga kurang menguntungkan bagi perusahaan. Yang perlu dilakukan adalah berusaha meningkatkan pemahaman kepada para pelanggan dan calon tamu bahwa harga yang dibayarkan adalah sesuai dengan fasilitas dan pengalaman yang didapatkan selama menginap disini.
4. Terkait pengelola agar lebih meningkatkan promosi penjualan kamar melalui berbagai sistem *reward* kepada pelanggan maupun tamu baru seperti undian berhadiah, diskon kamar, pulsa gratis, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Liberty.
- Alma, Buchari & Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Andreansen, Thomas. 2005. *Customer Preferences*. New York: NYSE Education.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Boyd. Et Al. 2001. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih bahasa: Yeti Semiharti. Jakarta: Erlangga.
- Dumairy, Rachmawati. 2014. *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa*. Bandung: Nizam.
- Gitosudarno, Rahmat. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kertajaya, Hermawan. 2005. *Marketing Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Anem Kosong Anem.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masyhuri. 2007. *Ekonomi Mikro*. Malang: UIN-Malang Press.
- Marwan, Asri. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nicholson, Walter. 2002. *Microeconomic Intermediet dan Aplikasinya*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Kencana.
- Prihantono, A. 2008. *Menguasai Teknik-teknik Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: DIVA Press
- Rahma, Femy N., & Herniwati Retno H. 2013. Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Objek Wisata dan Pendapatan Perkapita terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata di Kabupaten Kudus. *Diponegoro Journal of Economics*. Vo.2(2):1-9.
- Rachmawati, Satya. 2014. Analisis Preferensi Mahasiswa Dalam Pemilihan Tempat Kos(Studi: Kawasan Kos di Kelurahan Ketawanggede dan Kelurahan Sumbersari,Kota Malang). *Naskah Publikasi Penelitian*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Rorlen. 2007. Peran Kelompok Acuan dan Keluarga terhadap Proses Keputusan untuk Membeli. *Jurnal Marketing*. Vol.3(2):125-132.
- Utomo, Bambang. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sumarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swatha, Basu. 2000. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Wijianto, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Yuningsih, Nining. 2005. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Melalui Pengembangan Potensi Obyek Wisata Pantai Pangandaran di Kabupaten Ciamis Jawa Barat. *Skripsi*. Fakultas Ilmu SosialJurusan Hukum dan Kewarganegaraan, UNNES.