

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak awal tahun 2020, saat wabah virus COVID-19 mulai melanda Indonesia, pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan ruang gerak sehingga masyarakat diharuskan untuk beraktivitas di rumah. Hal ini juga memberikan dampak terhadap sektor ekonomi di Indonesia, termasuk salah satunya sektor pariwisata (Diayudha, 2020). Pandemi COVID-19 menyebabkan menurunnya kunjungan wisatawan ke Indonesia. Sektor pariwisata meliputi restoran dan hotel juga terkena dampak dari pandemi COVID-19 ini. Keuntungan hotel turun hingga 40%, mempengaruhi operasional hotel dan mengancam kelangsungan bisnis (Nasution et al., 2020).

Adapun faktor lain yang mendorong seseorang berwisata salah satunya yaitu *escape*. Perilaku berwisata ini disebabkan oleh keinginan seseorang untuk melepaskan diri dari kejenuhan rutinitas sehari-hari (Dewanti, Sendra, & Mananda, 2018). Seiring dengan menurunnya kasus COVID-19 di Indonesia, muncullah tren *staycation* yang dengan cepat digandrungi oleh masyarakat terutama generasi muda untuk menghilangkan rasa bosan tanpa harus bertemu dengan banyak orang (Andriany, 2021). Walaupun saat ini kebijakan pemerintah tentang Pandemi COVID-19 sudah mulai melonggar, kegiatan *staycation* masih sangat diminati bahkan kegiatan ini mulai meluas sehingga menciptakan tren baru di sektor *outdoor hospitality*. *Outdoor hospitality* menawarkan berbagai macam pilihan menginap di luar ruangan mulai dari berkemah di *campground* atau kabin sampai menyewa tenda di resor *glamping* (*Kampgrounds of America, Inc.*, 2023).

Kegiatan berkemah sudah sangat populer di seluruh dunia dan masih menjadi salah satu pilihan terbaik untuk berlibur. Pada tahun 2021, lebih dari 66 juta orang di Amerika pergi berkemah dan lebih dari 8,3 juta orang mencoba berkemah untuk pertama kalinya (*The Dyrty on Camping*, 2022). Di Swiss, kegiatan berkemah

terkesan lebih konvensional dibandingkan dengan gaya berkemah di Eropa lainnya yang lebih mewah (Andrey et al., 2014). Maka dari itu, muncullah istilah “*glamping*”, merujuk pada kata “*glamour*” dan “*camping*” yang menggabungkan antara kemewahan dengan kegiatan berkemah yang berevolusi dari Safari Afrika dimana para wisatawan yang berasal dari Eropa dan Amerika meminta untuk tidur di tenda kanvas yang mewah serta didukung oleh koki, pemandu, porter dan pelayan (Brooker & Joppe, 2013). *Glamping* berhasil mengembalikan fokus kegiatan berkemah, *glamping* menjadikan kegiatan berkemah diminati oleh generasi muda (Milohnić et al., 2019, 470; Schneegans, 2022).

Bukan hanya di Eropa saja, tren *glamping* ini juga mulai populer di Indonesia (Mashabi, 2023). Dengan adanya kegiatan *staycation*, tren penginapan dengan konsep *glamping* menjadi alternatif berlibur di kalangan masyarakat umum terutama generasi muda. Sebanyak 69% orang dari usia 17 sampai 25 tahun pernah mengunjungi penginapan dengan konsep *glamping* (Kusumaningrum & Marline, 2022). Di Bali, penginapan berkonsep *glamping* sudah banyak ditemukan di daerah Kuta, Kintamani, Ubud, Tabanan dan lainnya (Budiasa et al., 2019). Tak hanya Bali, Kota Bandung yang merupakan ibukota Jawa Barat dengan pemandangan alamnya yang menarik dan suasananya yang mendukung untuk kegiatan berkemah sehingga menjadi pilihan bagi turis domestik dan internasional untuk berkunjung. Kunjungan wisatawan Kota Bandung di tahun 2021 diperkirakan berjumlah 3,7 juta jiwa untuk wisatawan domestik dan 37 ribu jiwa untuk wisatawan mancanegara (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, n.d.). Hal ini memberikan peluang bagi pelaku usaha penginapan untuk melakukan ekspansi terhadap bisnisnya. Dengan adanya permintaan dan minat masyarakat terhadap alam, Kota Bandung berpotensi menjadi lokasi penginapan berkonsep *glamping* (Maharani & Alexander, 2022).

Saat ini di Bandung, terdapat sejumlah penginapan *glamping* seperti di lembang ada Be Glamping dan Garuda HuHa Cozyland. Di kawasan Cikole sendiri ada Grafika Cikole dan Bobocabin Cikole. Salah satu perusahaan penginapan di Bandung yaitu PT Bobobox Mitra Indonesia menyediakan penginapan dengan nama Bobocabin yang merupakan penginapan alam yang menawarkan pengalaman

berkemah yang lebih moderen. Penelitian ini terbatas hanya pada aspek penerapan kualitas pelayanan di Bobocabin Cikole, Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis menemukan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana konsep dari Bobocabin di Cikole, Bandung sebagai penyedia akomodasi?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di Bobocabin Cikole, Bandung?

Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana hasil penelitian diperoleh berdasarkan hasil observasi, studi literatur, dan wawancara.

1.3 Tujuan *Storytelling*

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui konsep dari Bobocabin di Cikole, Bandung.
2. Memberikan wawasan tentang kualitas pelayanan di Bobocabin Cikole, Bandung.

1.4 Manfaat *Storytelling*

1.4.1 Kontribusi Pengembangan Teori

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan teori tentang pariwisata, hospitalitas dan kualitas pelayanan.

1.4.2 Kontribusi Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi pelaku usaha di bidang hospitalitas dalam mengembangkan kualitas pelayanan yang telah diterapkan sebelumnya.