

**EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE*  
MELALUI *WEBSITE* TERHADAP HUNIAN KAMAR DI  
THE TRANS RESORT BALI**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**I GEDE MADE BRANARTHA KUSUMA**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE*  
MELALUI *WEBSITE* TERHADAP HUNIAN KAMAR DI  
THE TRANS RESORT BALI**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**I GEDE MADE BRANARTHA KUSUMA  
NIM 1815834141**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
JURUSAN PARIWISATA**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung-Bali – 80364  
Telp. 0361-701981 (hunting) Fax. 0361-701128 Laman: <http://www.pnb.ac.id>.  
Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

---

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Gede Made Branartha Kusuma

NIM : 1815834141

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata  
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

“Efektivitas Penerapan *E-commerce* Melalui *Website* Terhadap Hunian Kamar di The Trans Resort Bali”

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



I Gede Made Branartha Kusuma  
1815834141

**SKRIPSI**  
**EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE***  
**MELALUI *WEBSITE* TERHADAP HUNIAN KAMAR DI**  
**THE TRANS RESORT BALI**

Skripsi ini Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi pada  
Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata,  
Politeknik Negeri Bali



**Diajukan oleh:**  
**I GEDE MADE BRANARTHA KUSUMA**  
**NIM 1815834141**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA**  
**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**

# SKRIPSI

## EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE* MELALUI *WEBSITE* TERHADAP HUNIAN KAMAR DI THE TRANS RESORT BALI

Diajukan oleh:  
**I Gede Made Branartha Kusuma**  
NIM 1815834141

Dosen Pembimbing I,



Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT  
NIP. 196007021990031001

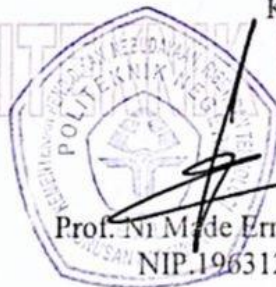
Dosen Pembimbing II,



Ni Putu Lianda Ayu Puspita, S.E., M.Tr.Par.  
NIK. 202111012

JURUSAN **PARAWISATA**  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui  
Jurusan Pariwisata  
Ketua,



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D.  
NIP. 196312281990102001


**EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE*  
MELALUI *WEBSITE* TERHADAP HUNIAN KAMAR DI  
THE TRANS RESORT BALI**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:

Hari Kamis 21 Juli 2022

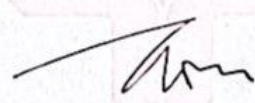
**PENGUJI**

**KETUA:**




**Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT  
NIP. 196007021990031001**

**ANGGOTA:**



**1. Ni Luh Eka Armoni, SE.,M. Par  
NIP. 196310261989102001**



**2. Drs. I Gusti Putu Sutarma, M.Hum.  
NIP. 196412311990031025**

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



# EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE* MELALUI *WEBSITE* TERHADAP HUNIAN KAMAR DI THE TRANS RESORT BALI

I GEDE MADE BRANARTHA KUSUMA  
1815834141

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di The Trans Resort Bali yang berlokasi di Sunset Road, Badung, Bali. Permasalahan di dalam penelitian ini yaitu untuk mencari tahu efektivitas penerapan *e-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar di The Trans Resort Bali. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *SPSS* versi 25 for *Windows* dan juga *Microsoft Excel*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data yaitu deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menghitung tingkat efektivitas, lalu mencari validitas, realibilitas, mencari faktor yang paling berpengaruh dan yang tidak begitu berpengaruh, dan juga memaparkan hasil wawancara. Rasio efektivitas selama 3 tahun terakhir dari tahun 2019-2021 memiliki rata-rata sebesar 82,22% yang artinya efektif. Variabel dengan rata-rata terendah adalah *website* The Trans Resort Bali memiliki panel navigasi sebagai mesin pencari untuk menemukan informasi di dalam *website* dengan skor 4,45 dan variabel yang paling tinggi adalah Desain Tampilan *Website* The Trans Resort Bali Menarik dan Memenuhi Kebutuhan Anda dengan skor 4,83. Kinerja *website* terhadap hunian kamar dikatakan sudah efektif namun belum maksimal karena masih banyak yang memesan melalui *direct booking*, sekitar 70% tamu yang memesan kamar melalui *direct booking* via WA ataupun *email* berasal dari *website*, jadi dapat dikatakan belum maksimal khususnya dalam membantu tim pada The Trans Resort Bali karena yang seharusnya dapat memotong pekerjaan pemesanan seperti melayani konsultasi kamar via *online* dan juga mem-follow up pembayaran jadinya tim The Trans Resort Bali harus mengerjakan pekerjaan tersebut karena tidak langsung memesan melalui *website*.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, *Website*, efektivitas, efektifitas *website*, Tingkat Hunian Kamar.

# **EFEKTIVITAS PENERAPAN *E-COMMERCE* MELALUI WEBSITE TERHADAP HUNIAN KAMAR DI THE TRANS RESORT BALI**

**I GEDE MADE BRANARTHA KUSUMA  
1815834141**

## **ABSTRACT**

This research was conducted at The Trans Resort Bali, which is located on Sunset Road, Badung, Bali. The problem in this research is to find out the effectiveness of the application of *e-commerce* through the *website* in increasing room occupancy at The Trans Resort Bali. The data was done with the help of SPSS version 25 for windows and also Microsoft Excel. This research was conducted using data analysis techniques, namely descriptive quantitative and descriptive qualitative. The steps taken are to calculate the level of effectiveness, then look for validity, *reliability*, look for the most influential and least influential factors, and also explain the results of direct interviews with Revenue Manager. The effectiveness ratio for the last 3 years from 2019-2021 has an average of 82.22% which means it is effective. The variable with the lowest average is The Trans Resort Bali's *website* has a *navigation* panel as a search engine to find information on the *website* with a score of 4.45 and the highest variable is The Trans Resort Bali *Website* Display Design is Attractive and Meets Your Needs with a score of 4,83. The website's performance on room occupancy is said to be effective but not optimal because there are still many who order through direct booking, around 70% of guests who book rooms via direct booking via WA or email come from the website, so it can be said that it is not optimal, especially in helping the team at The Trans Resort Bali because those who should be able to cut booking work such as serving room consultations via online and also following up payments, The Trans Resort Bali team has to do the work because they don't order directly through the website.

**Keywords:** *E-commerce, Website, effectiveness, website effectiveness, Room Occupancy.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas Penerapan *E-commerce* Melalui *Website* Terhadap Hunian Kamar di The Trans Resort Bali” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan untuk mahasiswa Jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Dalam menyusun skripsi ini penulis mencari referensi relevan dan informasi dari media elektronik serta skripsi terdahulu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menemui permasalahan dalam pelaksanaan penelitian. Berkat kerja keras, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya segala kesulitan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan ketulusan hati, melalui kesempatan ini penulis sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.Com. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. selaku Kepala Departemen Pariwisata di Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Jurusan Pariwisata.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. sebagai Sekretaris Departemen Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Jurusan Pariwisata.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM. selaku Ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan pedoman, waktu, motivasi dan saran untuk penulis.
5. Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahnya secara keseluruhan, waktu, saran, dan motivasi kepada penulis.

6. Ni Putu Lianda Ayu Puspita, SE., M.Tr.Par. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang mendidik dan membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
8. Seluruh keluarga, dan rekan-rekan tercinta, yang telah memberikan dukungan yang tulus dan tiada henti baik moral maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca demi menyempurnakan skripsi ini.



Badung, Juli 2022  
Penulis

I Gede Made Branartha Kusuma

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## Daftar Isi

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN KELULUSAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xv</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Praktis</b> .....	<b>4</b>
1.4.1 Bagi Peneliti.....	4
1.4.2 Bagi Politeknik Negeri Bali .....	4
1.4.3 Bagi Perusahaan.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	<b>6</b>
2.1.1 Efektivitas .....	6
2.1.2 <i>E-commerce</i> .....	7
2.1.3 <i>Website</i> .....	10
2.1.4 Hotel.....	13
2.1.5 Tingkat Hunian Kamar .....	16
<b>2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya</b> .....	<b>17</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
<b>3.1 Lokasi Penelitian</b> .....	<b>21</b>
<b>3.2 Objek Penelitian</b> .....	<b>21</b>
<b>3.3 Identifikasi Variabel</b> .....	<b>21</b>
<b>3.4 Definisi Operasional Variabel</b> .....	<b>22</b>
3.4.1 <i>E-commerce Website</i> .....	22
3.4.2 Tingkat Hunian Kamar .....	22
<b>3.5 Sumber dan Jenis Data</b> .....	<b>22</b>
3.5.1 Sumber Data .....	22
3.5.2 Jenis Data .....	23
<b>3.6 Populasi</b> .....	<b>23</b>
<b>3.7 Metode Penentuan Sampel</b> .....	<b>24</b>
<b>3.8 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>25</b>
3.8.1 Observasi .....	25
3.8.2 Wawancara.....	25

3.8.3 Dokumentasi .....	26
3.8.4 Kuisisioner.....	26
<b>3.9 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>28</b>
3.9.1 Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Kamar melalui <i>Website</i> pada The Trans Resort Bali .....	29
3.9.2 Persepsi Pengguna terhadap <i>E-commerce</i> melalui <i>Website</i> sebagai Persepsi Tamu yang Memesan Melalui <i>Website</i> .....	30
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>35</b>
4.1.1 Sejarah The Trans Resort Bali .....	35
4.1.2 Kegiatan Usaha .....	38
4.1.3 Struktur Organisasi .....	47
<b>4.2 Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Kamar melalui <i>Website</i> pada The Trans Resort Bali .....</b>	<b>51</b>
<b>4.3 Analisis Skala Likert Persepsi Pengguna terhadap <i>E-commerce</i> melalui <i>Website</i> sebagai Persepsi Tamu yang memesan melalui <i>Website</i> .....</b>	<b>51</b>
<b>4.4 Hasil Wawancara Efektivitas <i>E-commerce</i> melalui <i>Website</i> dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar pada The Trans Resort Bali.....</b>	<b>53</b>
<b>4.5 Analisis Pengujian Intrumen Persepsi Pengguna terhadap <i>E-commerce</i> melalui <i>Website</i> sebagai Persepsi Tamu yang memesan melalui <i>Website</i>..</b>	<b>55</b>
4.5.1 Uji Validitas .....	55
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	56
<b>4.6 Karakteristik Responden.....</b>	<b>57</b>
4.6.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.6.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal (Provinsi) .....	58
4.6.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap .....	59
<b>4.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna terhadap <i>E-commerce</i> melalui <i>Website</i> sebagai Persepsi Tamu yang Memesan Melalui <i>Website</i>.....</b>	<b>60</b>
4.7.1 Membuat Matriks Korelasi .....	61
4.7.2 Menentukan Jumlah Faktor .....	63
4.7.3 Rotasi Faktor.....	64
4.7.4 Interpretasi Faktor .....	67
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>71</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>1</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>5</b>
<b>LEMBAR KUESIONER .....</b>	<b>5</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>6</b>
<b>PEDOMAN WAWANCARA .....</b>	<b>6</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR RESPONDEN .....</b>	<b>7</b>
<b>LAMPIRAN 4.....</b>	<b>11</b>
<b>DAFTAR JAWABAN KUISISIONER.....</b>	<b>11</b>

<b>SPSS VALIDITAS .....</b>	<b>13</b>
<b>RELIABILITY .....</b>	<b>14</b>
<b>KMO &amp; BARTLET'S TEST .....</b>	<b>14</b>
<b>MSA ANTI IMAGE CORRELATION.....</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL VARIANCED EXPLAINED.....</b>	<b>15</b>
<b>ROTASI FAKTOR .....</b>	<b>16</b>



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## Daftar Tabel

<b>Tabel 1. Penjualan Kamar dari Berbagai Jenis <i>E-commerce</i> pada The Trans Resort Bali (data diolah).....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2. Tingkat Efektivitas .....</b>	<b>6</b>
<b>Tabel 3. Tingkat Efektivitas .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 4. Kategori Sikap Responden .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 5. Informasi Kamar The Trans Resort Bali.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 6. Kapasitas Meeting Rooms The Trans Resort Bali</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal (Provinsi)</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 11. Target dan Realisasi Penjualan Kamar Melalui <i>Website</i> Pada The Trans Resort Bali</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 12. Skala Likert Persepsi Tamu</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 13. Uji Validitas Instrumen Penelitian</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 14. Uji Realibilitas Instrumen Penelitian</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 15. KMO and Bartlett's Test</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 16. Anti-image Matrices</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 17. Total Variance Explained</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 18. Rotated Component Matrix</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 19. Eigenvalue, % of Variance, dan Cumulative% dari Keenam Faktor yang Berpengaruh</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 20. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna Terhadap <i>E-commerce</i> melalui <i>Website</i> Sebagai Persepsi Tamu Yang Memesan Melalui <i>Website</i></b>	<b>68</b>

**Daftar Gambar**

**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Sales Dept. pada The Trans Resort Bali . 48**



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Pedoman Wawancara

Lampiran 3: Daftar Responden

Lampiran 4: Daftar Jawaban Kuesioner



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Schwab (2016) mengutarakan di zaman sekarang dunia sudah memasuki era baru yaitu era revolusi industri 4.0. Revolusi industri ini merupakan perubahan yang cepat di bidang ekonomi yang awalnya kegiatan ekonomi agraris menjadi ekonomi industri di mana di dalam ekonomi industri menggunakan mesin dalam memproses mentah menjadi bahan pakai. Studi telah menyebutkan revolusi industri 4.0 pertama kali ada pada abad ke-21 tepatnya pada tahun 2012, ketika Jerman memperkenalkan *Industrie 4.0* di mana itu merupakan strategi pemanfaatan teknologi (Ningsih, 2019)

Di abad ke-21 ini teknologi informasi sudah menjadi hal yang sangat mudah didapatkan karena sudah masuk ke semua lini kehidupan masyarakat. Teknologi informasi sudah semakin canggih dikarenakan selalu berinovasi dan juga bertransformasi, dengan ini teknologi informasi mampu memberikan kemudahan terhadap masyarakat. Kemudahan yang didapat dari teknologi informasi yang sudah canggih ini juga bisa dirasakan dalam dunia ekonomi terutama dalam perdagangan. Hendarsyah (2019) mengemukakan di zaman sekarang perdagangan tidak terlepas dari yang namanya teknologi informasi, terdapatnya sinergi antara teknologi informasi dan juga perdagangan maka terciptalah *e-commerce*.

Ford & Baum (1997) menyebutkan bahwa *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan,

konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, informasi yang dilakukan secara elektronik. Perdagangan elektronik atau yang biasa disebut dengan *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan *internet* dan komputer dengan *web browser* untuk membeli dan menjual produk (McLeod dalam Kadek *et al.*, 2020).

*Website* dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semuanya, baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Hidayat *et al.*, 2017). Penggunaan *website* dalam memasarkan produk dan jasa sangat membantu khususnya di bidang perhotelan karena jangkauan pasar yang sangat luas, dapat diakses oleh siapa saja dan di mana saja, dan juga akses informasi yang lengkap dan mudah.

Salah satu hotel di wilayah Kuta adalah The Trans Resort Bali bergerak di bidang jasa dan produk. Hotel ini juga melakukan strategi pemasaran yang sering disebut dengan pemasaran *online* khususnya melalui *website* yang merupakan inti dari kombinasi pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi untuk menjangkau konsumennya. Untuk menghadapi persaingan dan memberi nilai tambah, maka manajemen hotel mengarahkan strategi pemasaran dengan baik dalam memperkuat pemasaran dari pihak hotel itu sendiri. Keberhasilan dalam penjualan dan pemasaran produk hotel merupakan tanggung jawab pihak manajemen dari hotel.

*E-commerce* melalui *website* memiliki beberapa keunggulan bagi hotel dikarenakan pihak hotel dapat mendesain dengan bebas *website* yang diinginkannya, pihak hotel juga dapat bebas menjual produk dan jasanya dan juga membuat paket sendiri, pengeluaran yang dikeluarkan lebih rendah dibandingkan menggunakan *online travel agent* sehingga dapat membuat pendapatan pihak hotel lebih maksimal. Dan jika dilihat di masa sekarang tepatnya di mana kita sedang dilanda pandemi Covid-19 ini, pergerakan bisnis melalui daring adalah yang paling efektif seperti *e-commerce online travel agent* karena selain memanfaatkan akses internet, modalnya pun sangat sedikit, fleksibel, dan juga memiliki kerugian yang sangat kecil. Pada Tabel 1 menjelaskan penjualan kamar dari berbagai jenis *e-commerce* di The Trans Resort Bali.

**Tabel 1 Penjualan Kamar dari Berbagai Jenis *E-commerce* pada The Trans Resort Bali**

<b>Jenis <i>E-commerce</i></b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Rata-Rata</b>
<i>Website</i>	178	767	391	445
Booking.com	1408	513	307	743
Traveloka.com	1405	424	2838	1556
Tiket.com	1089	247	1358	898
Agoda.com	4960	704	2336	2667

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 1, penjualan kamar melalui *website* selama 3 tahun terakhir adalah angka penjualan yang paling rendah dibandingkan yang lain yaitu dengan rata-rata 445 penjualan selama 3 tahun terakhir. Jadi perlu dilakukan evaluasi secara lebih dalam terhadap keefektifan penerapan *e-commerce* melalui *website* dalam meningkatkan tingkat hunian kamar pada The Trans Resort Bali.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah efektivitas penerapan *E-commerce* melalui *website* pada The Trans Resort Bali?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas penerapan *e-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar di The Trans Resort Bali

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui efektivitas penerapan *E-commerce* melalui *website* pada The Trans Resort Bali.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penerapan *e-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar di The Trans Resort Bali.

## **1.4 Manfaat Praktis**

### **1.4.1 Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana tingkat efektivitas penjualan kamar melalui *E-commerce Website* dan juga sebagai syarat kelulusan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

### **1.4.2 Bagi Politeknik Negeri Bali**

Penelitian ini dapat menambah informasi dan juga sebagai referensi kepada

para peneliti berikutnya yang akan menganalisis masalah serupa untuk menyempurnakan penelitian yang sudah ada.

#### **1.4.3 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat menjadi masukan dan juga bahan pertimbangan mengenai tingkat efektivitas penjualan kamar pada *E-commerce* melalui *Website* di The Trans Resort Bali.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada BAB IV, maka dapat diketahui kesimpulan efektivitas penerapan *e-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar di The Trans Resort Bali.

1. *E-commerce* melalui *website* dalam meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali berdasarkan rasio efektivitasnya selama 3 tahun dari tahun 2019-2021 memiliki nilai rata rata sebesar 82,22% yang dapat dikatakan efektif. Hasil wawancara dengan *Revenue Manager* menyimpulkan bahwa penerapan *e-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar pada The Trans resort Bali ini efektif namun belum maksimal karena belum dapat membantu tim The Trans Resort Bali dengan maksimal. Sekitar 70% tamu yang memesan kamar melalui *direct booking via Whatsapp* ataupun *e-mail* berasal dari *website* dimana seharusnya bisa langsung memesan melalui *website* agar lebih membantu sumber daya manusianya karena dengan memesan melalui *website* dapat memotong *step-step* pemesanan seperti melayani obrolan *via online*, melakukan konfirmasi pembayaran, dll. Dan terlihat dalam statistik perbandingan dengan OTA *website* ini sendiri masih kalah. Jadi penerapan *e-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar pada The Trans Resort Bali dikatakan efektif namun belum maksimal.
2. Berdasarkan hasil kuesioner dalam persepsi tamu terhadap kualitas *e-commerce website* pada The Trans Resort Bali, didapatkan variabel dengan



rata-rata terendah adalah *website* The Trans Resort Bali memiliki panel navigasi sebagai mesin pencari untuk menemukan informasi di dalam *website* dengan skor 4,45 dan variabel yang paling tinggi adalah Desain Tampilan *Website* The Trans Resort Bali Menarik dan Memenuhi Kebutuhan Anda dengan skor 4,83.

Dalam hasil kuesioner mengenai persepsi tamu terhadap *e-commerce website* dalam meningkatkan hunian kamar di The Trans Resort Bali terbentuk 4 faktor dengan 9 variabel di dalamnya yang mempengaruhi persepsi tamu. Antara lain:

- a. Faktor pertama yaitu *Navigation* yang terdiri dari (1) *Website* The Trans Resort Bali memiliki panel navigasi sebagai mesin pencari untuk menemukan informasi di dalam *website*, (2) Informasi mengenai akomodasi dan fasilitas jelas, dan (3) Proses pemesanan cepat dan baik.
- b. Faktor kedua yaitu *Reliability* yang terdiri dari (1) Profil pengguna tersimpan secara akurat dan aman dan (2) *Website* The Trans Resort Bali memberikan rasa aman untuk menyelesaikan transaksi.
- c. Faktor ketiga yaitu (1) *Interface* yang terdiri dari Desain tampilan *website* The Trans Resort Bali menarik dan memenuhi kebutuhan anda, (2) Gaya tulisan mudah dibaca dan dimengerti, dan (3) Waktu pemuatan halaman dalam *website* The Trans Resort Bali relatif singkat. Dan yang terakhir faktor keempat yaitu *Content* yang terdiri atas (1) Informasi nomor dan alamat informasi bekerja dengan baik.

## 5.2 Saran

*E-commerce* melalui *website* terhadap hunian kamar di The Trans Resort Bali ini sudah memberikan pengaruh yang nyata. Untuk terus meningkatkan efektifitas *website* terhadap hunian kamar pihak hotel dapat terus melanjutkan dan mengembangkan *website* itu sendiri sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih optimal terhadap hunian kamar di The Trans Resort Bali. Pihak hotel dapat mempertimbangkan mengenai strategi agar dapat membuat tamu yang memesan kamar *direct booking via Whastapp* dan *e-mail* memesan menggunakan *website* dengan cara menambahkan *payment gateway*nya. Jika dilihat hal ini sangatlah membantu pekerjaan bagi pihak hotel karena pihak hotel tidak perlu lagi untuk membalas *Whatsapp* atau *email* mereka satu pesatu dan menindaklanjuti pembayaran mereka.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, J. B. (2019). Identifikasi anak kesulitan belajar matematika (diskalkulia) di Sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Khusus*, 12(3), 1 & 3.
- Agung, A. A. G. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Arijesni, N. K. T. A., & Pitanatri, P. D. S. (2021). Efektivitas Penerapan E-Commerce Melalui Website dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Ayodya Resort Bali. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(1), 28–36. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v3i1.69>
- Bagyono. (2012). *Pariwisata dan Perhotelan*.
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia [Potency, Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]. *Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1), 13–25. <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/1485>
- Bekti, H. (2015). Mahir membuat website dengan adobe dreamweaver CS6, CSS dan jquery. *Yogyakarta: Andi*.
- Dalimunthe, L., & Iwan Zuanda, M. (2020). PENGARUH SELF-EFFICACY, PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT DAN EMPLOYEE ENGAGEMENT TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM KOTA PADANG. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Derianto, P. S., & Kristiutami, Y. P. (2015). Standar Operasional Prosedur Room Service Amaroossa Hotel Bandung. *Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata Dan Akomodasi*, 2(1), 5.
- Dewantoro, F. (2021). Kajian Pencahayaan dan Penghawaan Alami Desain Hotel Resort Kota Batu Pada Iklim Tropis. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 2(01), 1–7.
- Ford, W., & Baum, M. S. (1997). *Secure electronic commerce: building the infrastructure for digital signatures and encryption*. Prentice-Hall, Inc.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastanti, R. P., Purnama, B. E., & Wardati, I. U. (2018). Sistem Penjualan

- Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan. *Indian Journal of Pure and Applied Mathematics*, 49(3), 549–557.  
<https://doi.org/10.1007/s13226-018-0284-5>
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184.  
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hidayat, R., Marlina, S., & Utami, L. D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 4(2), 227.  
<https://doi.org/10.30998/string.v4i2.4179>
- Juhari. (2016). Analisis Harga Terhadap Room Occupancy. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 02(02), 1–12.
- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Uptd Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat. 1–13.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/bzq75>
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of qualitative descriptive studies: A systematic review. *Research in Nursing & Health*, 40(1), 23–42.
- Komalasari, D., & Seprina, I. (2018). Penerapan E-Commerce Pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9(01), 56–62.  
<https://doi.org/10.36050/betrik.v9i01.31>
- Ladhari, R., & Michaud, M. (2015). EWOM effects on hotel booking intentions, attitudes, trust, and website perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 36–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.01.010>
- Li, X., Wang, Y., & Yu, Y. (2015). Present and Future Hotel Website Marketing Activities: Change Propensity Analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 131–139. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.02.007>
- Mahmudi. (2005). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*.
- Maryuliana, Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 1(2), 1–12.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2012). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Ningsih, M. (2019). *PENGARUH PERKEMBANGAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0*

*DALAM DUNIA TEKNOLOGI DI INDONESIA UAS Murti Ningsih.* 1–12.  
<https://doi.org/10.31219/osf.io/pswmu>

Polit, D. F., & Beck, C. T. (2009). International differences in nursing research, 2005-2006. *Journal of Nursing Scholarship*, 41(1), 44–53.  
<https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2009.01250.x>

Pradana, M. (2017). *Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia.*

Priyatno, D. (2016). Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk Jumlah Sampel Besar. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 2(4), 216–227.  
<https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/178/138>

Puspitasari, N. K. N. (2020). *IMPLEMENTASI E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PENJUALAN KAMAR PADA AYODYA RESORT BALI.*

Rahmadi, L. (2013). Tips membuat website tanpa coding & langsung online. Yogyakarta: Andi Offset.

Riduwan. (2013). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian.*

Romindo, & Aisyah, N. (2019). *IMPLEMENTASI APLIKASI KOPERASI SIMPAN PINJAM DESA CIKAMPAK BERBASIS WEB.* 1(1), 80–87.

Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada statistik non parametrik.*

Schwab, K. (2016). The fourth industrial revolution (First US edition). New York: Crown Business.

Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Bisnis.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan.* Alfabeta.

Sugiyono, D. (2013b). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.*

Sugiyono, D. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).*

Surya, D. G., & Farhaeni, M. (2019). *PENGARUH KARAKTERISTIK SEGMENTASI PASAR TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR THE ALEA HOTEL SEMINYAK.* 2(2), 47–56.

Suzana, Y. (2013). Deskripsi Kesulitan Mahasiswa Prodi PMA Membuktikan

Teorema Struktur Aljabar. *Jurnal Logaritma*, 1(02), 81–93.

Van der Merwe, R., & Bekker, J. (2003). A framework and methodology for evaluating e-commerce web sites. *Internet Research*.

Wanda, S. S. (2017). Efektivitas Pemanfaatan Website Dalam Rangka Promosi Produk dan Peningkatan Penjualan Studi Kasus PT Amonindo Utama. *PROSISKO (Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer)*, 4(2), 107–117.  
<https://repository.nusamandiri.ac.id/index.php/repo/viewitem/14763>

Wariati, A., & Susanti, N. I. (2014). E-Commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 1–19. <https://media.neliti.com>

Yanthy, P. S. (2017). *INOVASI DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA KREATIF SEBAGAI PENGGIAT EKONOMI MASYARAKAT INDONESIA* (Issue 20).

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.  
<https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI