

**SKRIPSI**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, TARIF KAMAR DAN  
ETOS KERJA TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN HOTEL DISCOVERY KARTIKA PLAZA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NAMA : NI KADEK IRMA DWI LESTARI  
NIM : 2015644155**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL  
JURUSAN AKUNTANSI MANAJERIAL  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
2024**

# **PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, TARIF KAMAR DAN ETOS KERJA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN HOTEL DISCOVERY KARTIKA PLAZA**

**Ni Kadek Irma Dwi Lestari  
2015644155**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

## **ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan era digital saat ini membuat industri perhotelan mengalami berbagai transformasi signifikan dalam pendekatan strategi pemasaran. Kemajuan teknologi dan perubahan tren konsumen yang terjadi telah memengaruhi cara hotel dalam memperkenalkan diri dan menjangkau target audiens mereka. Adanya pembangunan di bidang pariwisata tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dari Devisa Negara, akan tetapi juga bisa untuk meningkatkan peluang dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Discovery Kartika Plaza Hotel, yang didirikan pada tahun 1989, merupakan hotel Bintang 5 dengan lokasi yang sangat strategis bagi wisatawan domestik atau mancanegara yang sedang berkunjung ke Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh dari *Digital Marketing*, Tarif Kamar, dan Etos Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan Hotel Discovery Kartika Plaza dengan menganalisis data yang didapatkan dari 85 orang staff sebagai sampel perusahaan. Pengujian variabel penelitian dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi IBM SPSS Versi 26.

Hasil yang didapatkan pada penelitian memperlihatkan bahwa variabel *Digital Marketing*, variabel Tarif Kamar, dan variabel Etos Kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan pada Hotel Discovery Kartika Plaza. Maka dari itu, semakin baik *Digital Marketing* yang diterapkan dan dilakukan maka semakin bersaing harga kamar yang ditawarkan dan semakin tinggi semangat kerja para staff, maka pendapatan Hotel akan semakin meningkat.

**Kata Kunci: *Digital Marketing*, Etos Kerja, Tarif Kamar, Peningkatan Pendapatan**

# **THE INFLUENCE OF *DIGITAL MARKETING*, ROOM RATES AND WORK ETHIC ON INCREASING HOTEL REVENUE DISCOVERY KARTIKA PLAZA**

**Ni Kadek Irma Dwi Lestari  
2015644155**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

## ***ABSTRACT***

*With the rapid development of the current digital era, the hotel industry has gone through various significant transformations in marketing approaches. Recent technological developments and changing consumer trends have influenced how hotels introduce themselves and reach their audiences. Besides increasing the state's foreign exchange receipts, this tourism development is also expected to enhance employment opportunities. Discovery Kartika Plaza Hotel is a 5 Star hotel established in 1989 and is centrally located for domestic/foreign tourists visiting Bali.*

*This research aims to analyze and explain the influence of Digital Marketing, Room Rates, and Work Ethic on Increasing Revenue at the Discovery Kartika Plaza Hotel. This research analyzes data obtained from 85 staff as a sample company. Research variables were tested using multiple linear regression analysis with IBM SPSS Version 26.*

*The research findings showed that the Digital Marketing variable, the Room Rate variable, and the Work Ethic variable all have a positive and substantial effect on increasing income at the Discovery Kartika Plaza Hotel. This means that the more effectively Digital Marketing is done, the more competitively priced rooms are offered, and the higher the staff enthusiasm for their work, the more the hotel's income will increase.*

***Keywords: Digital Marketing, Increased Revenue, Room Rate, Work Ethic***

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, TARIF KAMAR DAN  
ETOS KERJA TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN HOTEL DISCOVERY KARTIKA PLAZA**

**SKRIPSI**

**Dibuat sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Terapan Akuntansi pada Program Studi Akuntansi  
Manajerial Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali**

**NAMA : NI KADEK IRMA DWI LESTARI  
NIM : 2015644155**

**JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI  
MANAJERIAL JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ni Kadek Irma Dwi Lestari  
NIM : 2015644155  
Program Studi : Akuntansi Manajerial

Menyatakan bahwa sesungguhnya Skripsi:

Judul : Pengaruh *Digital Marketing*, Tarif Kamar Dan Etos Kerja  
Terhadap Peningkatan Pendapatan Hotel Discovery  
Kartika Plaza  
Pembimbing : 1. I Made Sura Ambara Jaya SE., M.M.A  
2. I Ketut Suwintana, S. Kom., M.T  
Tanggal Uji : 14 Agustus 2024

Skripsi yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 14 Agustus 2024



METERAL  
TEMPEL  
FE9ALX325961657

Ni Kadek Irma Dwi Lestari

SKRIPSI

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, TARIF KAMAR DAN ETOS KERJA  
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN HOTEL DISCOVERY  
KARTIKA PLAZA


DIAJUKAN OLEH:

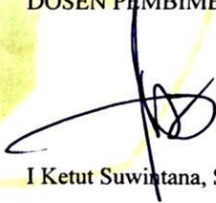
NAMA : NI KADEK IRMA DWI LESTARI  
NIM : 2015644155

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik oleh:

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II

  
I Made Sura Ambara Jaya SE., M.M.A  
NIP.19670511 199303 1 003

  
I Ketut Suwintana, S.Kom.,M.T  
NIP.19780119 200212 1 001

JURUSAN AKUNTANSI

KETUA



I Made Baglaga, S.E., M.Si,Ak  
NIP.1975231 200501 1 003

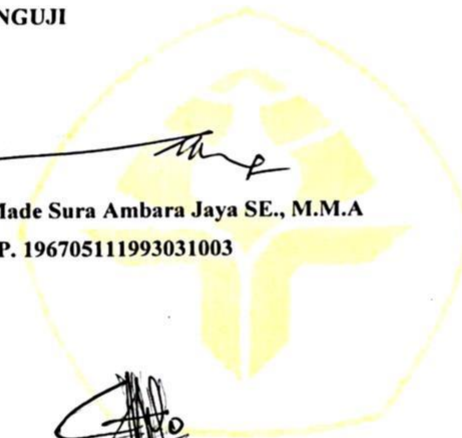

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, TARIF KAMAR DAN ETOS KERJA  
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN HOTEL DISCOVERY  
KARTIKA PLAZA**

**Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:**

**Tanggal 14 Agustus Tahun 2024**

**PANITIA PENGUJI**

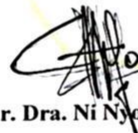
**KETUA:**



**I Made Sura Ambara Jaya SE., M.M.A**

**NIP. 196705111993031003**

**ANGGOTA**



**2. Prof. Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM**

**NIP. 196809131993032002**



**3. Ni Komang Urip Krisna Dewi, S.E., M.Acc.**

**NIP. 199510112022032015**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), karena atas berkat dan rahmat-Nya, skripsi ini mampu terselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali. Tanpa adanya dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, tidaklah mungkin skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, terima kasih diucapkan kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menuntut pendidikan di Politeknik Negeri Bali
2. Bapak I Made Bagiada, S.E., M.Si,Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk dalam menyelesaikan studi di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali
3. Bapak Wayan Hesadjaya Utthavi, S.E.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan studi di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali.
4. Bapak I Made Sura Ambara Jaya SE., M.M.A selaku Dosen Pembimbing I yang telah yang telah sepenuh hati menyediakan waktu, tenaga, ,pikiran serta berbagai motivasi dalam membimbing serta mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.



5. Bapak I Ketut Suwintana, S.Kom., M.T selaku Dosen Pembimbing II yang telah berbaik hati menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan berbagai motivasi dalam membimbing serta mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi.
6. Orang tua dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan dukungan secara materil dan moril; serta
7. Teman-teman dan sahabat terdekat yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teruntuk diri sendiri Ni Kadek Irma Dwi Lestari selaku peneliti yang telah berjuang dalam proses hiruk pikuk penyusunan skripsi ini dengan baik hingga akhir penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa) berkenan membalas segala kebaikan dari pihak-pihak yang telah senantiasa membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Badung, 18 Mei 2024



Ni Kadek Irma Dwi Lestari

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan .....	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II .....	9
KAJIAN PUSTAKA .....	9
A. Kajian Teori .....	9
1. Teori <i>Stewardship</i> .....	9
2. <i>Digital Marketing</i> .....	10
3. Tarif Kamar .....	10
4. Etos Kerja .....	11
5. Pendapatan.....	11
B. Kajian Penelitian yang Relevan .....	12
C. Kerangka Pikir.....	13
D. Hipotesis Penelitian .....	17
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Pendapatan Hotel Discovery Kartika Plaza .....	17
2. Pengaruh Tarif Kamar terhadap Pendapatan Hotel Discovery Kartika Plaza ....	18
3. Pengaruh Etos terhadap Pendapata Discovery Kartika Plaza Hotel.....	18
4. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , Tarif Kamar dan Etos Kerja terhadap Pendapatan Discovery Kartika Plaza.....	19
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN .....	22
A. Jenis Penelitian .....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
D. Variabel Penelitian dan Definisi.....	23
1. Variabel Penelitian.....	23
2. Definisi Operasional Variabel.....	24
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Analisis Data .....	26
1. Teknik Analisis Data Deskriptif.....	27
2. Uji Asumsi Klasik.....	28

3. Uji Hipotesis .....	29
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
<b>A. Gambaran Umum Organisasi .....</b>	<b>32</b>
1. Sejarah Organisasi.....	32
<b>B. Karakteristik Responden .....</b>	<b>33</b>
1. Karakteristik Responden Menurut Departemen .....	33
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
<b>C. Hasil Pengujian Instrument Penelitian.....</b>	<b>34</b>
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas .....	36
<b>D. Hasil Uji Deskriptif Penilaian Responden .....</b>	<b>36</b>
1. Digital Marketing.....	37
2. Tarif Kamar .....	38
3. Etos Kerja .....	38
4. Peningkatan Pendapatan .....	39
<b>E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>39</b>
1. Hasil Uji Normalitas .....	39
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	40
3. Hasil Uji Multikoleneritas.....	41
<b>F. Uji Hipotesis .....</b>	<b>42</b>
1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
2. Hasil Uji t .....	44
3. Hasil Uji F .....	46
<b>G. Hasil Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>46</b>
<b>H. Pembahasan .....</b>	<b>47</b>
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan .....	47
2. Pengaruh Tarif Kamar Terhadap Peningkatan Pendapatan .....	48
3. Pengaruh Etos Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan .....	50
4. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , Tarif Kamar, Etos Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan.....	51
<b>I. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>53</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>53</b>
<b>B. Implikasi .....</b>	<b>54</b>
1. Teoritis.....	54
2. Praktis.....	55
<b>C. Saran .....</b>	<b>56</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan <i>High Season</i> Discovery Kartika Plaza Hotel .....	4
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Departemen .....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.5 Kriteria Penilaian Jawaban Kuesioner .....	36
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel <i>Digital Marketing</i> .....	37
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel Tarif Kamar .....	38
Tabel 4.8 Hasil Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel Etos Kerja	38
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel Peningkatan Pendapatan.....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikoleneritas.....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	44
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji F.....	46
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji R <sup>2</sup> .....	47

JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	16
Gambar 2.2 Hipotesis Penelitian.....	21



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 4 : Diagram *Reward* Pemanfaatan Program *Cyber Army*



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu sumber pendapatan Indonesia didukung oleh sektor pariwisata, produk dan jasa yang dimiliki oleh pariwisata sering menjadi daya tarik wisatawan untuk bisa berkunjung. Bali, sebagai salah satu tujuan pariwisata global, telah menarik perhatian berbagai wisatawan karena menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan beragam pilihan wisata alternatif. Kawasan Pariwisata Kuta adalah salah satu kawasan yang sudah diakui eksistensinya sebagai kawasan wisata di Bali. Akses wisata yang berdekatan dengan Pantai menjadi karakteristik utama yang dimiliki oleh kawasan ini serta banyaknya akomodasi yang menarik untuk bisa dijadikan tempat tinggal sementara selama berlibur di Bali.

Hotel merupakan bentuk akomodasi yang menggunakan fasilitas berbentuk bangunan untuk menyediakan layanan penginapan, penyediaan minuman, makanan, dan layanan lainnya kepada masyarakat umum, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Keputusan Menteri Pariwisata (Sri et al., 2023). Adanya pembangunan dan pengembangan di bidang pariwisata, diharapkan dapat meningkatkan penerimaan Devisa Negara serta menciptakan lebih banyak kesempatan kerja berupa lapangan pekerjaan. Discovery Kartika Plaza Hotel (DKPH), sebuah hotel Bintang 5 yang telah beroperasi sejak tahun 1989 di Bali, memiliki lokasi yang sangat strategis bagi wisatawan domestik maupun internasional. Hotel ini menyediakan berbagai jenis akomodasi

penginapan untuk wisatawan dengan beberapa tipe kamar, termasuk kamar dengan tipe *Deluxe Garden*, (1) tipe *Deluxe Pool View*, (2) tipe *Ocean Front Room*, (3) tipe *Junior Suite Room*, (4) tipe *Family Suite Room*, (5) tipe *Discovery Suite room*, serta (6) tipe *Villa*. Selain itu, guna pemenuhan keperluan dari seluruh tamu, Discovery Kartika Plaza Hotel memfasilitasi pilihan restoran, seperti The Pond, Sokube, dan El Jardin. Dengan total 312 kamar dan 7 villa, Discovery Kartika Plaza Hotel dapat memberikan pengalaman menginap yang mengesankan untuk setiap tamu.

Dengan perkembangan cepat era digital saat ini, industri perhotelan mengalami transformasi secara signifikan dalam bentuk pendekatan pemasarannya. Kemajuan teknologi terkini dan perubahan tren konsumen telah berdampak pada strategi hotel dalam memperkenalkan diri dan menjangkau audiens mereka (Deo et al., 2023). Salah satu langkah yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengenalkan produk serta layanan jasa yang disediakan adalah melalui kegiatan promosi menggunakan sosial media. Sosial media merupakan bentuk dari sebuah media komunikasi interaksi antar dua arah, di mana promosi melalui platform ini dianggap efektif karena biaya yang relatif rendah dan cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan metode promosi yang konvensional. Hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar domestik dan internasional dengan cepat (Rahmadayanti dan Murtadlo.,2020). Sosial media juga memungkinkan perusahaan untuk menarik berbagai segmen pasar, bukan hanya remaja, tetapi juga dari berbagai kalangan usia, sehingga memperluas dinamika pasar.



Discovery Kartika Plaza Hotel merupakan hotel yang secara aktif mempergunakan platform Instagram sebagai sarana promosi. Pemilihan Instagram sebagai media promosi dikarenakan aplikasi ini memiliki keunggulan yang mana perusahaan dapat memposting iklan dengan mudah yang dapat dijangkau oleh seluruh pengguna. Namun pemanfaatan media sosial yang ada pada lingkup perusahaan ini belum cukup efektif digunakan dalam mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Sehingga dengan adanya penggunaan media sosial secara efektif diharapkan dapat menambah pendapatan hotel serta mendukung devisa negara.

Jumlah pengunjung yang datang dapat dipengaruhi oleh penentuan tarif kamar dan seberapa efektifnya pemanfaatan *Digital Marketing* seperti media sosial, yang akhirnya akan berdampak pada pendapatan. Hal ini dapat terjadi karena penetapan tarif kamar akan memungkinkan pihak hotel untuk menentukan jumlah pengembalian biaya atau pendapatan yang akan mereka terima. Penetapan tarif sewa kamar untuk setiap tipe kamar perlu dilakukan dengan memperhitungkan semua biaya yang terlibat sebagai faktor utama dalam pembentukan tarif sewa kamar. Pendekatan yang konsisten dalam menetapkan tarif kamar penting dilakukan untuk meningkatkan tingkat hunian dan pendapatan hotel (Sri et al., 2023a).

Pendapatan Discovery Kartika Plaza Hotel mengalami fluktuasi selama periode *high season*, di mana dari tahun 2020 ke 2022 menunjukkan adanya penurunan akibat wabah covid-19 dan pemerintah memutuskan untuk melakukan *lockdown* yang menyebabkan para wisatawan mengurangi niat

atau membatalkan rencana kunjungannya. Selain itu penggunaan *Digital Marketing* hingga kini belum dimanfaatkan dengan baik, sehingga perusahaan harus membuat program *Cyber Army* untuk menarik minat karyawan dalam pemanfaatan *Digital Marketing* sebagai media promosi. Pendapatan pada periode *high season* sejak tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 tertera dalam **Tabel 1.1** berikut

**Tabel 1.1**  
**Pendapatan *High Season* Discovery Kartika Plaza Hotel**

2020	2021	2022
Rp 3.108.569.832	Rp 2.578.354.937	Rp 3.498.966.485

*Sumber: Discovery Kartika Plaza Hotel*

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa pendapatan Discovery Kartika Plaza selama periode *high season* di tahun 2021 menunjukkan nilai yang lebih kecil daripada nilai di tahun 2020, tetapi mengalami peningkatan kembali di tahun 2022 melebihi tahun sebelumnya. Upaya promosi yang dilakukan oleh manajemen melalui sosial media dan media cetak merupakan salah satu strategi yang digunakan guna menarik minat wisatawan dan meningkatkan tingkat hunian atau okupansi kamar, di mana hal ini akan secara langsung berdampak pada pendapatan hotel. Walaupun adanya peningkatan pendapatan pada tahun 2022 ini, pemanfaatan *Digital Marketing* melalui media sosial belum dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pihak perusahaan sehingga program *Cyber Army* pun masih terus dilakukan hingga saat ini.

Pemanfaatan *Digital Marketing* yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi dan penentuan tarif kamar yang didukung dengan adanya

etika dalam bekerja atau etos kerja karyawan menjadi peran penting pula dalam membangun reputasi perusahaan yang nantinya diharapkan dapat menambah pendapatan perusahaan tersebut. Etos kerja yang kuat mendorong pegawai hotel untuk memberikan pelayanan pelanggan yang luar biasa. Ketika konsumen merasa diperlakukan dengan hormat, ramah, dan efisien oleh pegawai yang menunjukkan etika kerja yang baik, mereka berpotensi kembali dan merekomendasikan hotel kepada orang lain, serta meningkatkan tingkat pengulangan dan referensi pelanggan. Selain itu ketika perusahaan memiliki etos kerja yang kuat, karyawan cenderung merasa lebih puas dan terhubung dengan pekerjaan mereka. Hal ini dapat mengurangi *turnover* karyawan, yang pada gilirannya mengurangi biaya perekrutan dan pelatihan ulang, serta mempertahankan keahlian dan pengalaman yang berharga di dalam hotel. Discovery Kartika Plaza Hotel memiliki 10 poin penting unik yang dijadikan sebagai landasan dalam bekerja, dimana 10 poin ini sering disebut dengan *Ten Quality Point* yang terdiri dari (1) *Quality starts with our guest*, (2) *Quality requires the right attitude*, (3) *Quality is everyone's responsibility*, (4) *Quality means leadership*, (5) *Quality focuses on process*, (6) *Quality means measuring result*, (7) *Quality means open system of improvements*, (8) *Quality means a continuous learning process*, (9) *Quality means profit margins*, (10) *Quality in summary*. Sepuluh poin ini memiliki kesinambungan satu sama lain yang mana menjadi pedoman utama saat bekerja. Meskipun Hotel DKPH sudah menerapkan 10 Quality Poin tetapi masih saja terdapat beberapa oknum staff yang belum bisa menerapkan prinsip tersebut. Berdasarkan data dari peneliti

temukan pada beberapa ulasan di google review terdapat beberapa pengunjung yang mengeluhkan sikap oknum staff yang kurang ramah dalam melakukan pelayanan.

Penelitian terkait *Digital Marketing*, tarif kamar dan etos kerja ini telah banyak dilakukan sehingga menimbulkan gap penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dari Yunia (2019), variabel *Digital Marketing* memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan hotel. Namun, menurut penelitian dari Aprisma et al., (2023), variabel efektivitas *Digital Marketing* menggunakan sosial media tidak efektif terhadap pendapatan hotel bergantung pada bentuk kontennya sendiri. Penelitian dari Husin (2022) mengemukakan bahwa variabel tarif kamar memiliki dampak signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan hotel, di mana peningkatan tarif kamar dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan. Bertolak belakang dengan penelitian dari Angreani (2020) yang tidak berpengaruhnya tarif kamar terhadap pendapatan hotel. Hal ini disebabkan oleh preferensi dalam menentukan penginapan wisatawan berdasarkan biaya personal dipengaruhi oleh tarif kamar.

Berdasarkan uraian latar belakang, faktor-faktor dalam meningkatkan pendapatan hotel di mana pembahasan tersebut nantinya akan dibahas melalui teori pendukung (teori *stewardship*). Selain itu, adanya perbedaan hasil dengan penelitian sebelumnya dapat berfungsi sebagai motivasi untuk peneliti dalam mengembangkan kajian ini, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya pengaruh tiap variabel dalam penelitian dengan berjudul “Pengaruh

*Digital Marketing*, Tarif Kamar dan Etos Kerja terhadap Pendapatan Discovery Kartika Plaza Hotel”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh secara parsial terhadap Pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel?
2. Apakah Penentuan Tarif Kamar berpengaruh secara parsial terhadap Pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel?
3. Apakah Etos Kerja berpengaruh secara parsial terhadap Pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel?
4. Apakah *Digital Marketing*, Tarif Kamar dan Etos Kerja berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Discovery Kartika Plaza Hotel?

## **C. Batasan Masalah**

Peneliti membatasi penelitian ini sebatas mengukur variabel independen *Digital Marketing*, Tarif Kamar dan Etos Kerja pada variabel dependen yaitu Pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel pada

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Selaras dengan rumusan masalah yang didapatkan, penelitian ini dimaksudkan guna:

- a. Mengetahui pengaruh *Digital Marketing* secara parsial terhadap Pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel
- b. Mengetahui pengaruh penentuan Tarif Kamar secara parsial terhadap Pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel

- c. Mengetahui pengaruh Etos Kerja secara parsial bagi Pendapatan di Discovery Kartika Plaza Hotel
- d. Mengetahui pengaruh *Digital Marketing*, Tarif Kamar dan Etos Kerja berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Discovery Kartika Plaza Hotel.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Temuan ini bisa dijadikan rujukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkait serta menjadi referensi hingga sebagai titik perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

### b. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil temuan bisa digunakan oleh peneliti selanjutnya yang hendak mengkaji topik serupa sebagai tambahan referensi yang bermanfaat.

#### 2) Bagi Perusahaan

Temuan ini dapat berkontribusi positif untuk perusahaan ketika hendak mengatasi tantangan yang dihadapi dalam rangka mengembangkan perusahaannya.

#### 3) Bagi Pihak Lain

Temuan ini bisa berfungsi dalam bentuk panduan yang berguna untuk penelitian berikutnya yang mengangkat topik yang hampir serupa.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Menurut temuan analisis serta ulasan beserta bahasan yang sudah dijabarkan, kesimpulan yang bisa disampaikan ialah:

1. Menurut hasil yang didapatkan melalui pengujian hipotesis dengan parsial memakai uji – t memperlihatkan koefisien regresi variabel *Digital Marketing* sebesar 3,550 dan memiliki tingkat signifikansi bernilai  $0,001 < 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga *Digital Marketing* memengaruhi Peningkatan Pendapatan secara positif dan signifikan di Hotel Discovery Kartika Plaza
2. Menurut hasil yang didapatkan melalui pengujian hipotesis dengan parsial memakai uji-t memperlihatkan koefisien regresi variabel dari tarif kamar 2,838 dan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Sehingga,  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya Tarif Kamar memengaruhi secara positif dan signifikan sehubungan dengan Peningkatan Pendapatan di Hotel Discovery Kartika Plaza.
3. Menurut hasil pengujian hipotesis dengan parsial memakai uji-t, diperoleh koefisien regresi variabel etos kerja senilai 5,122 dan memiliki tingkat sig. senilai  $0,000 < 0,05$ , yakni  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan kata lain, Etos Kerja memengaruhi dengan cara positif serta signifikan sehubungan dengan Peningkatan Pendapatan pada Hotel Discovery Kartika Plaza.

4. Menurut hasil yang didapatkan dari uji hipotesis secara simultan dengan uji – F menghasilkan nilai uji F senilai 48,118 dan signifikansi F senilai  $0,000 < 0,05$ ; sehingga  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan kata lain *Digital Marketing*, Tarif Kamar dan Etos Kerja berpengaruh positif serta signifikan sehubungan dengan Peningkatan Pendapatan di Hotel Discovery Kartika Plaza.

## B. Implikasi

### 1. Teoritis

- a) *Digital Marketing*: Hasil ini mendukung teori pemasaran digital yang menyatakan bahwa strategi pemasaran melalui saluran digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik sebuah bisnis, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Ini juga menguatkan Teori Stewardship dalam konteks digital, di mana komunikasi dan interaksi yang dilakukan secara digital dapat menciptakan hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara hotel dan pelanggannya.
- b) Tarif Kamar: Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi dasar tentang penetapan harga dan strategi harga dalam industri perhotelan. Penetapan tarif kamar yang tepat tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga mencerminkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Ini sesuai dengan Teori Stewardship yang menekankan pentingnya menawarkan nilai yang adil dan memuaskan kepada pelanggan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang.



c) Etos Kerja: Hasil ini mendukung teori manajemen yang mengaitkan tingginya etos kerja dan hubungannya dengan meningkatnya kinerja dan produktivitas. Etos kerja yang baik akan menghasilkan lingkungan kerja yang positif serta pelayanan yang superior, yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan pendapatan. Ini juga relevan dengan Teori Stewardship, di mana karyawan yang memiliki etos kerja yang kuat bertindak sebagai pengelola yang bertanggung jawab atas kesejahteraan dan keberhasilan organisasi.

## 2. Praktis

Hotel Discovery Kartika Plaza harus mengoptimalkan strategi *Digital Marketing* melalui SEO, media sosial, dan email marketing untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Penetapan tarif kamar perlu didasarkan pada analisis pasar dan strategi harga dinamis yang mencerminkan kualitas layanan. Manajemen juga harus memprioritaskan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan etos kerja melalui program penghargaan dan budaya kerja yang positif. Mengadopsi pendekatan terintegrasi dalam mengelola *Digital Marketing*, penetapan tarif, dan etos kerja, serta menggunakan sistem manajemen informasi terintegrasi, dapat membantu dalam koordinasi dan pengambilan keputusan yang lebih baik. Evaluasi berkala dan penyesuaian strategi berdasarkan data dan feedback akan memastikan bahwa semua elemen ini bekerja secara sinergis untuk meningkatkan pendapatan hotel.

### C. Saran

1. Berdasarkan nilai uji regresi linear berganda dimana menunjukkan nilai Digital Marketing yang rendah maka perusahaan perlu memperkuat strategi *Digital Marketing*. Hotel dapat melakukan peningkatan etos kerja terlebih dahulu agar bisa menjalankan strategi perusahaan dalam memanfaatkan digital marketing yang efektif. Nantinya hotel dapat meningkatkan daya tarik situs web, dan dapat memperbaiki desain visual, memastikan informasi produk lengkap dan menarik, serta mengoptimalkan kecepatan dan kemudahan navigasi situs. Selain itu, untuk meningkatkan efektivitas iklan di media sosial, hotel dapat menggunakan konten yang lebih kreatif dan menarik, seperti video pendek dan cerita pelanggan, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar yang memungkinkan target audiens lebih spesifik dan lebih luas. Memantau dan menganalisis hasil kampanye secara berkala juga akan membantu dalam menyesuaikan strategi agar lebih efektif dan efisien dalam menarik perhatian dan meningkatkan pendapatan.
2. Untuk kesesuaian tarif kamar berdasarkan Hotel Discovery Kartika Plaza dapat mempertimbangkan penyesuaian tarif kamar agar lebih kompetitif dan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Hotel bisa melakukan survei pasar untuk memahami harga yang dianggap wajar oleh pelanggan, menawarkan diskon atau paket khusus selama periode tertentu, serta menyediakan berbagai pilihan tarif yang fleksibel sesuai dengan fasilitas dan layanan yang ditawarkan. Melalui pemanfaatan digital marketing yang efektif Hotel Discovery Kartika Plaza dapat memperbaiki fasilitas yang ada dengan

melakukan peningkatan kualitas kamar yang nantinya dapat meningkatkan tarif kamar agar sesuai dengan standar dan pelayanan yang diberikan.

3. Penelitian Lanjutan: Direkomendasikan agar mengadakan penelitian dengan mempertimbangkan variabel potensial lainnya dalam mempengaruhi pendapatan hotel, contohnya tingkat kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kualitas layanan. Selain itu, studi komparatif dengan hotel lain dalam segmen yang sama dapat memberikan wawasan tambahan yang berharga.



JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Armana, M., Ketut Kirya, I., & Wayan Suwendra Jurusan Manajemen, I. (2018). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai Di Singaraja Tahun 2013*. In *Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen* (Vol. 9).
- Alfiana, N., Aulia Nur Miftitah, F., Eko Sujianto, A., Ekonomi Syariah, J., Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Jl Mayor Sujadi No, P., Kedungwaru, K., Tulungagung, K., & Timur, J. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pengunjung Rumah Ibadah (Studi Kasus: Masjid Ar-Rahman Blitar)*. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (Jtmit)*, 2(2), 144–149.
- Anam, K., & Rifqi, A. (2019). *Pengaruh Etos Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Peningkatan Ekonomi Pekerja Kuli Angkut (Manol) Di Upt Tpi Mayangan: Vol. Xvii* (Issue 2).
- Angreani, D. (2020). *Pengaruh Tarif Kamar, Tingkat Hunian, Dan Upah Karyawan Tidak Tetap Terhadap Pendapatan Hotel Oyo Stay At H Yogyakarta*.
- Aprisma, S., Jocom, H., Setiawan, D., Diploma, ), Politeknik, P. P., & Cakrawala, B. (2019.). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Resort Studi Kasus Natra Bintan, A Tribute Poortofolio Resort*.
- Arumsari, N. R., Lailyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Umkm Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang. *Semar (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/Semar.V11i1.57610>
- Ayu, D. S. W. (2023). *Pengaruh Etos Kerja , Akses Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Revitalisasi ( Studi Pada Pasar Tradisional Kacangan )*.
- Deo, C., Wira, G., Putranto, S., & Cahyasaki, D. (2023). *Sosmaniora (Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora) Analisis Digital Marketing Dalam Pendapatan Hotel Fame Gading Serpong*. 2(4), 577–582. <https://doi.org/10.55123/Sosmaniora.V2i4.2994>
- Dharma, B., Fadillah, P. I., & Safira, R. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Branding Terhadap Pendapatan Penjualan Pelaku Bisnis Umkm. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*, 2(1), 3746–3762.
- Hariato<sup>1</sup>, A., & Hasibuan<sup>2</sup>, M. Z. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus A.L.S. *Jurnal Bisnis Net*, 2621–3982.
- Huda, N., Munandar, D. A., Tinggi, S., & Bima, I. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Network Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. In *Journal Scientific Of Mandalika (Jsm)* (Vol. 2,

- Issue 9).  
[Http://Ojs.Cahayamandalika.Com/Index.Php/Jomla/Issue/Archive](http://Ojs.Cahayamandalika.Com/Index.Php/Jomla/Issue/Archive)
- Husin, Labangu, Y. L., & Sartika, S. (2022). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Hotel Claro Kendari. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (Jak)*, 7(2), 73–80.
- Marni, S., Okhtiyanto, R., Arfah, T., Tinggi Ekonomi Islam Ar Rachman Jl Gajah Mada No, S., & Lama-Sekupang Batam, T. (2021). Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Lovina Inn Nagoya. *Jurnal Rekaman*, 5(2).  
[Http://Ojs.Jurnalrekaman.Com/Index.Php/Rekaman/168](http://Ojs.Jurnalrekaman.Com/Index.Php/Rekaman/168)
- Naila Faradila. (2023). Penerapan Digital Marketing Pada Keputusan Pemesanan Kamar Hotel. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 109–115. <https://Doi.Org/10.56127/Jekma.V2i2.617>
- Noorma Yunia, Rohmatulloh, P., & Albadiyah, I. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro. *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 19–28.
- Nurlaila Hanum. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kota Kuala Simpang*.
- Obon, W., Olivia, Y., & Silva, D. (2023). Pengaruh Motivasi Berprestasi Dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Pelita Maumere Martinus Ie Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 180–196.  
<https://Doi.Org/10.59603/Cuan.V1i2.25>
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208.  
<https://Doi.Org/10.36778/Jesya.V6i1.915>
- Saleh, A. R., & Utomo, H. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Di Pt. Inko Java Semarang. *Among Makarti*, 11(1). <https://Doi.Org/10.52353/Ama.V11i1.160>
- Sri, K., Arsini, N., Yogantara, K. K., Nyoman, N., Rahayu, S., & Dewi, T. (2023a). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Pada Discovery Kartika Plaza Hotel. In *Journal Research Of Accounting (Jarac)* (Vol. 4, Issue 2).
- Sri, K., Arsini, N., Yogantara, K. K., Nyoman, N., Rahayu, S., & Dewi, T. (2023b). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Pada Discovery Kartika Plaza Hotel. *Journal Research Of Accounting (Jarac)*, 4(2), 258–270.
- Suharto, T., Saefullah, D. M., Syari'ah, F., Islam, D. E., Syekh, I., Cirebon, N., Perjuangan, J., Sunyaragi, P., & Abstrak, C. (2019). *Etos Kerja Dan Dampaknya Pada Tingkat Pendapatan Pedagang Objek Wisata Makam Sunan Gunung Jati*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In ke-26.

Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ML.V12i1.2392>



JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI BALI