

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI *ONLINE* DAN *OFFLINE* TRAVEL
AGENT DALAM MENINGKATKAN *REVENUE PER AVAILABLE ROOM* DI
DISCOVERY KARTIKA PLAZA HOTEL**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

DEWA AYU SUTRA JUITA DEWI

NIM. 2015744056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI *ONLINE* DAN *OFFLINE* TRAVEL
AGENT DALAM MENINGKATKAN *REVENUE PER AVAILABLE ROOM* DI
DISCOVERY KARTIKA PLAZA HOTEL**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

DEWA AYU SUTRA JUITA DEWI

NIM. 2015744056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI *ONLINE* DAN *OFFLINE* TRAVEL
AGENT DALAM MENINGKATKAN *REVENUE PER AVAILABLE ROOM* DI
DISCOVERY KARTIKA PLAZA HOTEL**

Oleh:

DEWA AYU SUTRA JUITA DEWI

Nim : 2015744056

Disahkan:

Penguji I

Ketua Penguji

Penguji II

I Made Widiantara, S.Psi,
M.Si
NIP.197902182003121002

Made Ayu Jayanti Prita
Utami, S.S.T.Ak., M.Si
NIP. 199206132019032023

Drs. I Made Ardana Putra,
M.Si
NIP.195912311989031012

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 14 Agustus 2024

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua

Ketut Vini Elfarosa, SE., MM
NIP. 197612032008122001

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Through challenges, we discover our strengths”

PERSEMBAHAN

Kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, penulis menghaturkan rasa syukur untuk berkat-Nya kepada penulis sehingga mampu menuntaskan skripsi berjudul “Analisis Saluran Distribusi *Online* dan *Offline Travel Agent* Dalam Meningkatkan *Revenue Per Available Room* di Discovery Kartika Plaza Hotel” sesuai dengan penetapan jadwalnya. Melalui tertuntaskannya Skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa, yang senantiasa memberkahi keteguhan, kebugaran, penjagaan, keselamatan, beserta anugerah untuk penulis yang mengarahkan penulis dalam penuntasan skripsi ini sesuai dengan penetapan jadwalnya.
2. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak.,M.Si beserta Ibu Dra. Ni Ketut Narti, MM sebagai dosen pembimbing yang setiap saat memberi bantuan serta menyanggahkan kesempatan, usaha, serta persepsi guna menyalurkan pengarahan, masukan, sekaligus inspirasi untuk penulis selama tahapan menuntaskan skripsi ini.

3. Kedua Orang Tua Gusti Ayu Septiari serta I Dewa Gede Suartawan untuk restu serta support yang senantiasa mengalir. Dewa Ayu Indra Dewi, saudari penulis yang selalu memberikan kekuatan dan dukungan, serta keluarga besar yang senantiasa ikhlas mendukung sekaligus memberi restunya.
4. Kawan-kawan sahabat terkasih : Satya Kharismadewi dan Puspita Damayanti yang sudah banyak menyalurkan bantuan sekaligus support kepada penulis serta kepada Ida Bagus Shantih Ananda Wiradarma orang berharga di hidup penulis yang selalu memotivasi, menjadi pendengar untuk keluhan, sekaligus menyemangati dan menumbuhkan rasa percaya diri sehingga penulis percaya bahwa semua akan baik-baik saja.
5. Beserta keseluruhan pihak yang sudah memberi bantuan penulis selama proses penuntasan skripsi ini.

Skripsi ini nantinya bertambah kesempurnaannya bila memperoleh pengarahan dari kalangan yang membacanya. Melalui hal inilah penulis membuka komentar serta ulasan konstruktif guna menyempurnakan Skripsi Riset Terapan ini. Penutupannya, penulis berharap skripsi ini mampu berfaedah serta berkontribusi secara langsung untuk pengembangan bidang industri serta keilmuan di masa mendatang.

Badung, 15 Juli 2024



Penulis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewa Ayu Sutra Juita Dewi

NIM : 2015744056

Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“Analisis Saluran Distribusi *Online* dan *Offline Travel Agent* Dalam Meningkatkan *Revenue Per Available Room* di Discovery Kartika Plaza Hotel”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 22 Agustus 2024

menyatakan,

METERAI TEMPEL
BBALX319542635

Dewa Ayu Sutra Juita Dewi

NIM. 2015744056

ABSTRAK

Penelitian yang dilaksanakan bertujuan untuk menganalisis keberpengaruhannya saluran distribusi *online* serta *offline travel agent* terhadap *Revenue Per Available Room* (RevPAR) pada Discovery Kartika Plaza Hotel. Dengan semakin pentingnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, memahami peran berbagai saluran distribusi menjadi krusial bagi manajemen hotel. Penganalisisan pun dilaksanakan dengan memanfaatkan analisis regresi linier berganda serta statistik deskriptif untuk mengevaluasi bagaimana saluran distribusi ini mempengaruhi RevPAR. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *online* dan *offline travel agent* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap RevPAR. *Online travel agent* (OTA) memberikan jangkauan pasar yang lebih luas dan kemampuan pemesanan secara *real-time*, sedangkan *offline travel agent* berkontribusi melalui layanan personalisasi dan hubungan pelanggan yang sudah terjalin. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi strategis antara saluran *online* dan *offline travel agent* dapat mengoptimalkan pendapatan hotel, meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan, dan memastikan keunggulan kompetitif di industri perhotelan. Pemanfaatan yang efektif dari saluran-saluran ini direkomendasikan untuk memaksimalkan tingkat hunian dan tarif harian rata-rata, yang pada akhirnya meningkatkan RevPAR.

Kata Kunci: *Revenue Per Available Room*, Agen Perjalanan *Online*, Agen Perjalanan *Offline*, Saluran Distribusi, Pendapatan Hotel

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the impact of online and offline travel agent distribution channels on the Revenue Per Available Room (RevPAR) at Discovery Kartika Plaza Hotel. With the growing significance of technology and changing consumer behavior, understanding the role of different distribution channels has become crucial for hotel management. The research employs multiple regression analysis and descriptive statistics to examine how these distribution channels influence RevPAR. The findings reveal that both online and offline travel agents have a significant positive impact on RevPAR. Online travel agents (OTAs) provide broader market reach and real-time booking capabilities, while offline travel agents contribute through personalized services and established customer relationships. The study concludes that a strategic blend of online and offline travel agent channels can optimize hotel revenue, enhance overall financial performance, and ensure competitive advantage in the hospitality industry. Effective utilization of these channels is recommended to maximize occupancy rates and average daily rates, leading to improved RevPAR.

Keywords: Revenue Per Available Room, Online Travel Agents, Offline Travel Agents, Distribution Channels, Hotel Revenue

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Rasa bersyukur yang mendalam penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah serta anugerah-Nya, sehingga penulis mampu menuntaskan Skripsi berjudul "**Analisis Saluran Distribusi *Online* dan *Offline* Travel Agent Dalam Meningkatkan *Revenue Per Available Room* di Discovery Kartika Plaza Hotel.**" Penulisan skripsi ini ialah sebuah kriteria dalam menuntaskan Program Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.

Selama tahapan penyusunan Skripsi ini, penulis sudah menerima berbagai bantuan, dukungan, serta bimbingan secara melimpah yang diberikan bermacam pihak, baik dengan eksplisit serta implisit. Melalui hal inilah, penulis berkeinginan mengutarakan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.ECom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali, atas keseluruhan dukungan dan sarana yang diberikan pada semasa studi.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA. Ph.D., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, dengan selalu menyalurkan arahan dan bimbingan pada proses belajar mengajar.

3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Bisnis Internasional jurusan Administrasi Bisnis, atas segala dukungan dan motivasi yang diberikan.
4. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I, setelah dengan sabar memberikan pengarahan, pemikiran, beserta berbagai masukan berharga yang memberikan sangat bantuan selama penggarapan Skripsi ini.
5. Ibu Dra. Ni Ketut Narti, MM., selaku Dosen Pembimbing II, setelah menyanggalkan kesempatan, tenaga, serta pengetahuan guna memberi pengarahan sekaligus bantuan selama penulis menuntaskan Skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Bapak serta Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis yang sudah menyalurkan modal keilmuan, pengalaman, beserta support yang sangat berarti selama masa studi di Politeknik Negeri Bali.
7. Manajemen Discovery Kartika Plaza Hotel yang sudah membuka perizinan dan mendukung penulis guna melakukan kegiatan meneliti di lingkungan hotel, serta bersedia menyediakan data yang diperlukan.
8. Keluarga tercinta, orang tua, beserta rekan-rekan yangtak mampu dituliskan keseluruhannya, yang senantiasa menyalurkan doa, memotivasi, dukungan batin serta jasmani, sekaligus sokongan semangat yang selalu mengalir selama tahapan penulis menyusun Skripsi ini.

9. Kawan-kawan sejawat yang senantiasa merangkul serta menyalurkan dukungan pada proses menyusun Skripsi ini, baik dalam suka maupun duka.

Diketahui penulis bahwasanya penulisan Skripsi ini terdapat sejumlah kekurangan serta jauh dari kata kesempurnaan. Melalui inilah, penulis sangat mengharapkan ulasan serta komentar konstruktif dari berbagai pihak supaya perbaikan serta penyempurnaan Skripsi ini pada waktu mendatang. Penulis berharap, hasil penelitian ini mampu bermanfaat yang berarti kepada seluruh kalangan yang terkait serta dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.

Penutupnya, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keseluruhan pihak yang sudah memberi bantuan dan mendukung pada saat menyusun Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat berfaedah kepada seluruh kalangan yang memerlukannya.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 15 Juli 2024



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KULIT MUKA	i
JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA SKRIPSI	ix
ABSTRAK	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	9

1.4.1	Secara Teoritis	9
1.4.2	Secara Praktis	9
1.5	Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		13
2.1	Telaah Teori	13
2.1.1	Pemasaran (<i>Marketing</i>)	13
2.1.2	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
2.1.3	Saluran Distribusi Hotel	19
2.1.4	<i>Online dan Offline Travel Agent</i>	22
2.1.5	<i>Revenue (Pendapatan)</i>	26
2.1.6	<i>Revenue Per Availabe Room</i>	31
2.1.7	Hotel	35
2.2	Kajian-Kajian Penelitian Terdahulu	38
2.3	Kerangka Konsep dan Hipotesis	50
2.3.1	Kerangka Konsep	50
2.3.2	Hipotesis Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1	Tempat Penelitian	54
3.2	Populasi dan Sampel	54
3.2.1	Populasi	54
3.2.2	Sampel	55
3.3	Variabel Penelitian	55
3.4	Sumber Data	57

3.4.1	Data Primer	57
3.4.2	Data Sekunder	58
3.5	Jenis Data.....	58
3.5.1	Data Kualitatif.....	58
3.5.2	Data Kuantitatif.....	59
3.6	Metode Pengumpulan Data	59
3.7	Teknik Analisis Data.....	61
3.7.1	Statistik Deskriptif	61
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	61
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.7.4	Uji Hipotesis.....	65
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi.....	66
BAB IV PEMBAHASAN.....		68
4.1	Gambaran Umum Khalayak Sasaran.....	68
4.1.1	Sejarah Singkat Discovery Kartika Plaza	68
4.1.2	Bidang Usaha	70
4.1.3	Visi dan Misi	71
4.1.4	Fasilitas Discovery Kartika Plaza	72
4.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan	85
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	92
1.2.1	Deskripsi Data.....	92
1.2.2	Statistik Deskriptif	95
1.2.3	Uji Asumsi Klasik	97

1.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda	103
1.2.5	Uji Hipotesis.....	106
1.2.6	Uji Koefisien Determinasi.....	112
1.2.7	Pembahasan Hasil Penelitian	114
4.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	127
4.3.1	Implikasi Teoritis.....	127
4.3.2	Implikasi Praktis.....	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		130
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Saran.....	133
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	133
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN36

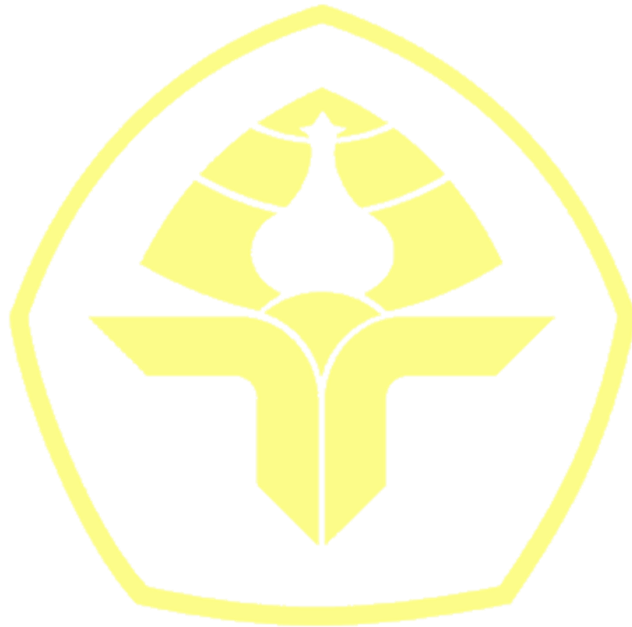
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan ke Bali Tahun 2018-2023	2
Tabel 1. 2 <i>Month to Date Comparison Report Desember 2022</i>	6
Tabel 1. 3 <i>Month to Date Comparison Report Desember 2023</i>	6
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4. 1 Data Pendapatan <i>Online Travel Agent</i> per Bulan per Total Kamar.....	92
Tabel 4. 2 Data Pendapatan <i>Online Travel Agent</i> per kamar per hari	93
Tabel 4. 3 Data Pendapatan <i>Offline Travel Agent</i> per Bulan per Total Kamar.....	94
Tabel 4. 4 Data Pendapatan <i>Offline Travel Agent</i> per Kamar per Hari	94
Tabel 4. 5 Data <i>Revenue Per Available Room</i> per Kamar per Hari	95
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	96
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	98
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	99
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi (<i>Durbin-Watson</i>).....	102
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi (<i>Runs Test</i>).....	102
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	104
Tabel 4. 12 Uji t.....	107

Tabel 4. 13 Uji Simultan 110

Tabel 4. 14 Uji Determinasi 113



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	51
Gambar 4. 1 Logo Discovery Kartika Plaza Hotel	70
Gambar 4. 2 <i>Deluxe Garden View Room</i>	72
Gambar 4. 3 <i>Grand Deluxe Ocean Front</i>	73
Gambar 4. 4 <i>Junior Suite</i>	73
Gambar 4. 5 <i>Family Suite</i>	74
Gambar 4. 6 <i>Presidential Suite</i>	75
Gambar 4. 7 <i>2 Bedroom Beach Front Villa with Private Pool</i>	76
Gambar 4. 8 <i>The Pond Restaurant</i>	76
Gambar 4. 9 Sokube.....	77
Gambar 4. 10 <i>El Jardin Steakhouse by Andrea Peresthu</i>	78
Gambar 4. 11 <i>Lobby Bar</i>	78
Gambar 4. 12 <i>Kul Kul Pool Bar</i>	79
Gambar 4. 13 <i>Sunset Lounge & Bar</i>	80
Gambar 4. 14 <i>Tupai Bar</i>	80
Gambar 4. 15 <i>Discovery Spa and Wellness Center</i>	81

Gambar 4. 16 <i>Kids Playground</i>	81
Gambar 4. 17 Ruang Pertemuan	82
Gambar 4. 18 <i>Wedding Venue</i>	83
Gambar 4. 19 Dome	83
Gambar 4. 20 <i>Swimming Pool</i>	84
Gambar 4. 21 Struktur Organisasi Discovery Kartika Plaza Hotel.....	85
Gambar 4. 22 Struktur Organisasi Departement Sales & Distribution	86
Gambar 4. 23 Hasil Uji Scatterplot.....	101
Gambar 4. 24 Desain Cover SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi.....	121
Gambar 4. 25 Rancangan SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi	122
Gambar 4. 26 Rancangan SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi (Lanjutan)	123
Gambar 4. 27 Rancangan SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi (Lanjutan)	124
Gambar 4. 28 Rancangan SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi (Lanjutan)	125
Gambar 4. 29 Rancangan SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi (Lanjutan)	126

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Form Proses Bimbingan Dosen Pembimbing I

Lampiran 2 : Form Proses Bimbingan Dosen Pembimbing II

Lampiran 3 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi

Lampiran 4 : Pedoman Wawancara

Lampiran 5 : Jawaban Hasil Wawancara

Lampiran 6 : Tabulasi Data (Sebelum Diolah)

Lampiran 7 : Tabulasi Data (Setelah Diolah)

Lampiran 8 : Hasil Uji Statistik Deskriptif

Lampiran 9 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 10 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koesifien Determinasi

Lampiran 11 : SOP Penilaian Kinerja Saluran Distribusi

Lampiran 12 : Surat keterangan Penggunaan Karya Mahasiswa

Lampiran 13 : Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah menciptakan sejumlah sektor industri, termasuk industri pariwisata. Berdasarkan Undang-Undang No. 10/2009 membahas kepariwisataan, pariwisata merujuk pada beragam aktivitas wisata dengan tunjangan sejumlah sarana dan pelayanan dari warga, pebisnis, serta pemerintahan. Pulau Bali merupakan sebuah wilayah dengan pesona rekreasi di Indonesia. Pulau Bali telah mewujudkan peranan sebagai salah satu wilayah pariwisata terkemuka serta mendunia sekaligus telah menarik pengunjung yang melimpah baik itu domestik dan juga internasional. Keadaan demikian ditunjang pengakuan Bali menjadi Destinasi Terbaik Dunia pada acara *Trip Advisor Travelers' Choice Awards 2017*, mengungguli sejumlah destinasi terkenal lain yakni Roma, Paris, serta London (Arya & Muliadisa, 2018). Menurut informasi Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2024), terdapat tabel yang menunjukkan jumlah ketibaan pengunjung Domestik serta Mancanegara setiap bulannya ke Bali selama periode tahun 2018-2023, dirujuk di Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan ke Bali Tahun 2018-2023

BULAN	TAHUN					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Januari	1,101,521	1,249,097	1,416,313	292,248	530,447	1.011.949
Februari	1,108,142	1,129,569	1,085,744	252,608	391,000	952.792
Maret	1,255,300	1,237,185	734,913	308,579	562,346	1.036.446
April	1,294,064	1,273,066	554.12	339,593	559,075	1,312,390
Mei	1,211,033	1,142,684	137,948	371,959	1,076,303	1,383,188
Juni	1,700,701	1,837,393	182,395	499,852	935,532	1,361,991
Juli	1,530,713	1,540,253	245,112	166.718	1,030,709	1,439,613
Agustus	1,344,130	1,531,772	367.732	202,187	936,226	1,235,001
September	1,330,047	1,402,401	291,349	298,950	913.23	1,263,643
Oktober	1,280,013	1,420,974	400,304	470,826	1.023.31	1,275,186
November	1.213.122	1,350,551	478,097	519,482	945,347	1,112,422
Desember	1,459,678	1,705,304	532,841	629,590	1,308,193	1,686,548
Total	15,828,464	16,820,249	3,924,811	3,055,147	5,773,203	15,151,169

Sumber : Jumlah Wisatawan ke Bali, BPS Provinsi Bali 2024

Merujuk pada Tabel 1.1., keseluruhan pengunjung yang datang ke Bali senantiasa menunjukkan tren meningkat di tiap periodenya. Tahun 2018, keseluruhan pengunjung yang datang ke Bali meraih angka 15.828.464 individu. Pada tahun 2019, keseluruhan pengunjung terus meningkat menjadi 16.820.249 individu. Namun, di tahun 2020 serta 2021, terjadi penurunan yang signifikan dalam total pelancong ke Bali sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Dalam suasana *new normal*, dimulai dari tahun 2022, sektor pariwisata Bali mengalami kebangkitan yang signifikan, tercermin dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung setiap bulannya. Puncaknya terjadi pada tahun 2023, dengan total jumlah kunjungan wisatawan mencapai 15.151.169 jiwa, menunjukkan lonjakan yang pesat dibandingkan dengan tiga tahun sebelumnya.

Peningkatan yang stabil dalam jumlah kunjungan pelancong ke Bali ditiap periodenya tak bisa dipisahkan dari pertumbuhan cepat fasilitas penunjang pariwisata. Salah satu faktor krusial yang mendukung perkembangan pariwisata di Bali adalah sektor akomodasi, terutama industri perhotelan. Hotel merupakan bentuk akomodasi yang menyediakan fasilitas kamar atau tempat menginap, pelayanan konsumsi, rekreasi, beserta berbagai layanan memikat yang lain kepada semua orang, yang dijalankan dengan cara bisnis serta profesional (Hermawan, 2018). Perhotelan ialah bagian penting pada industri pariwisata yang memiliki pengelolaan yang kompleks, di mana semua fasilitas dan layanannya disediakan secara komersial. Seiring dengan perkembangan Bali menjadi tempat yang dituju guna berwisata utama, total hotel di Bali pun senantiasa bertambah, menyebabkan kompetisi yang semakin ketat dalam memenuhi tingkat hunian kamar. Persaingan ini secara langsung memengaruhi tingkat RevPAR (*Revenue Per Available Room*) di antara para pelaku bisnis di industri perhotelan (Saimima, 2019)

Dalam konteks penjualan produk perhotelan, salah satu faktor kunci yang memegang peran krusial yakni saluran distribusi (*distribution channel*). Saluran distribusi dipergunakan guna menyalurkan produk kepada pembeli. Hotel memiliki pilihan untuk menyalurkan barang atau jasa mereka dengan eksplisit (*direct booking*) atau implisit (*indirect booking*). *Direct booking* bisa dilaksanakan dengan beragam langkah, seperti kontak langsung pada hotel melalui telepon, fax, *email*, atau melalui situs resmi hotel. Di sisi lain, *indirect booking* melibatkan pihak perantara atau perusahaan lain, termasuk *Online Travel Agent* (OTA), *Offline Travel Agent*, serta

Global Distribution System (GDS) (Law et al., 2015). Discovery Kartika Plaza Hotel, sebagai sebuah hotel bintang lima di lokasi strategis Bali, juga terlibat dalam kedua saluran distribusi, termasuk *direct booking* serta *indirect booking*. Menurut *Director of Revenue & Distribution* hotel ini, pendapatan kamar dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk jenis reservasi (FIT, *corporate*, *package*, *meeting*, *government*, *ad hoc*, dan *group*). Untuk mencapai target pendapatan yang ditetapkan, departemen *Sales* dan *Marketing* perlu memilih serta memanfaatkan saluran distribusi yang memiliki potensi yang sesuai.

Menurut Lieber dan Syverson yang dikutip dari (Kepariwisata & Hospitalitas, 2020) perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen terus mendorong transformasi besar-besaran dalam industri perhotelan. Hotel-hotel saat ini semakin mengincar segmen pasar atas (*high-end*), menciptakan perubahan besar dalam pasar (*market disruption*). Penelitian oleh Pitana dan Pitanatri (2016, 2019) di Indonesia menyoroti kebutuhan guna sebagai pemasar berdigital *native* selama menghadapi masa *disruption* ini. Dalam situasi ini, total pengeluaran *e-commerce* di Indonesia, terutama dalam kategori perjalanan, mencapai angka yang mencolok, yakni sekitar \$9.376 miliar atau kisaran 133 triliun rupiah (*Hootsuite Indonesia Digital Landscape*, 2019). Dengan begitu, pemasaran produk dan jasa di industri perhotelan semakin terfasilitasi oleh platform dan saluran distribusi yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Perkembangan ini mencakup penggunaan saluran distribusi *online* dan *offline* yang semakin berkembang, memengaruhi cara hotel mengelola ketersediaan kamar serta memaksimalkan pendapatan. Saluran distribusi *online*, seperti situs

pemesanan hotel dan platform *travel agent online*, bersama dengan saluran distribusi *offline* melalui agen perjalanan, memiliki peran krusial dalam menghubungkan hotel dengan calon tamu.

Keputusan strategis terkait penggunaan saluran distribusi ini dapat secara langsung mempengaruhi kinerja finansial suatu hotel, terutama dalam konteks *revenue per available room* (RevPAR). *Revenue per Available Room* (RevPAR) adalah metrik yang dihitung dengan membagi total penghasilan perdagangan *room* selama waktu khusus disertai total *room* yang ada selama waktunya sama. Metrik ini ialah sebuah *key performance indicator* (KPI) yang dimanfaatkan industri perhotelan guna mengevaluasi performa finansial serta usaha mereka. (Santoro, G., 2015). RevPAR berperan menjadi parameter ataupun pengukuran terkait pada penghasilan kamar, taraf penggunaannya, serta biaya reratanya, membuat pengindikatoran vital pada performa penghasilan kamar beserta unsur krusial dalam strategi manajemen pendapatan. (Schwartz et al., 2017). *Director of Revenue & Distribution* mengungkapkan bahwa hubungan antara bertambah serta berkurangnya *Revenue per Available Room* sejalan pada penghasilan dari kamar, yang berarti jika penghasilan kamar mengalami peningkatan serta meraih tujuannya, menciptakan *Revenue per Available Room*nya pun nantinya mengalami peningkatan berdasar tujuannya asalkan jumlah kamar yang ditawarkan tetap. *Director of Revenue & Distribution* juga menyatakan bahwa perubahan dalam pendapatan kamar dipengaruhi oleh berbagai saluran distribusi dan sumber reservasi yang ada.

Namun, perbandingan kinerja RevPAR Discovery Kartika Plaza Hotel selama dua tahun terakhir menunjukkan hasil yang belum memuaskan dibandingkan dengan pesaing sejenis di Bali, seperti The Anvaya Beach Resort, Bali Dynasty Resort, The Partra, Aryaduta, The Stones Legian, dan Hard Rock Bali (*Comparison Report, 2022-2023*). Menurut laporan perbandingan *month-to-date* pada Desember 2022, hotel ini menempati peringkat kelima di antara tujuh peserta, dengan RevPAR sebesar IDR 898,017 setelah The Stones Legian, Hard Rock Bali, The Anvaya Beach Resort, dan Bali Dynasty Resort.

Tabel 1. 2 *Month to Date Comparison Report* Desember 2022

NO	HOTEL	NBR	AVAIL	ROOMS	OCC	ARR	REVENUE	RevPAR	RANK
		RMS	ROOMS	SOLD					
1	Discovery Kartika Plaza Hotel	316	9,796	5895	60.18%	1,492,277.54	8,796,976,101	898,017	5
2	The Anvaya Beach Resort	493	15,283	12951	84.74%	1,582,818.15	20,499,077,913	1,341,299	3
3	Bali Dynasty Resort	313	9,703	7306	75.30%	1,525,108.24	11,142,440,768	1,148,350	4
4	The Patra	228	7,068	5087	71.97%	1,055,119.03	5,367,390,482	759,393	7
5	Aryaduta Kuta	178	5,518	4723	85.59%	950,696.24	4,490,138,360	813,726	6
6	The Stones Legian	318	9,858	9356	94.91%	1,891,406.01	17,695,994,595	1,795,090	1
7	Hard Rock Bali	418	12,958	10935	84.39%	1,641,590.19	17,950,788,705	1,385,306	2

Sumber : *Department Sales & Distribution* Discovery Kartika Plaza Hotel

Tabel 1. 3 *Month to Date Comparison Report* Desember 2023

NO	HOTEL	NBR	AVAIL	ROOMS	OCC	ARR	REVENUE	RevPAR	RANK
		RMS	ROOMS	SOLD					
1	Discovery Kartika Plaza Hotel	316	9,796	7452	76.07%	1,307,328.34	9,742,210,778	994,509	5
2	The Anvaya Beach Resort	493	15,283	12749	83.42%	1,637,983.80	20,882,655,524	1,366,398	3
3	Bali Dynasty Resort	313	9,703	8052	82.98%	1,757,723.86	14,153,192,543	1,458,641	2
4	Bintang Bali Resort	402	12,462	11539	92.59%	1,271,517.87	14,672,044,705	1,177,343	4
5	Aryaduta Kuta	178	5,518	5063	91.75%	1,034,406.91	5,237,202,205	949,112	6
6	The Patra	228	7,068	4253	60.17%	1,089,547.04	4,633,843,573	655,609	7
7	Hard Rock Bali	418	12,958	11161	86.13%	1,750,239.37	19,534,421,567	1,507,518	1

Sumber : *Department Sales & Distribution* Discovery Kartika Plaza Hotel

Keterangan :

NBR RMS = *Number of Rooms* (Jumlah kamar)

AVAIL ROOMS = *Available Rooms* (Kamar tersedia)

ROOMS SOLD = Kamar terjual

OCC = *Occupancy* (Akapensi)

ARR = *Average Room Rate* (Harga kamar rerata)

RevPAR = *Revenue Per Available Room*

Meskipun terdapat peningkatan pada Desember 2023, dengan RevPAR mencapai IDR 994,509 (Gambar 1.3 MTD *Comparison Report December 2023*), pertumbuhan ini belum mampu memberikan kontribusi signifikan dalam mengatasi persaingan.

Berdasarkan pernyataan *Asst. Director of Revenue Discovery* Kartika Plaza Hotel, dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi *Offline Travel Agent* serta *Online Travel Agent* memiliki dampak pada taraf transaksi serta penghasilan kamar. Akan tetapi, belum jelas bagaimana peran keduanya dalam meningkatkan *Revenue per Available Room*, yang merupakan sebuah pengindikatoran performa penghasilan Discovery Kartika Plaza Hotel. Selain itu, kontribusi relatif dari masing-masing saluran distribusi juga belum teridentifikasi dengan jelas. Oleh karena itu, diperlukan kajian lanjutan guna memahami bagaimana analisis saluran distribusi *Offline Travel Agent* serta *Online Travel Agent* memengaruhi *Revenue per Available Room* di Discovery Kartika Plaza Hotel.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, permasalahannya dirumuskan sebagai berikut:

- a Apakah saluran distribusi *online travel agent* memengaruhi *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel?
- b Apakah saluran distribusi *offline travel agent* memengaruhi *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel?
- c Apakah saluran distribusi *online* dan *offline travel agent* dengan simultan memengaruhi *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel?
- d Bagaimana rancangan *Standard Operating Procedure (SOP)* yang tepat untuk penilaian kinerja saluran distribusi *online* dan *offline travel agent* dalam meningkatkan *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar inti masalah tersebut diatas, adapun hal yang dituju dari penelitian ini yakni, untuk:

- a. Memperoleh informasi keberpengaruhan saluran distribusi *online travel agent* pada *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel.
- b. Memperoleh informasi keberpengaruhan saluran distribusi *offline travel agent* pada *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel.

- c. Memperoleh informasi keberpengaruhan saluran distribusi *online* serta *offline travel agent* secara simultan pada *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel.
- d. Memperoleh informasi rancangan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang tepat untuk penilaian kinerja saluran distribusi *online* dan *offline travel agent* dalam meningkatkan *revenue per available room* di Discovery Kartika Plaza Hotel.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Melalui peraihan hal-hal yang ditujunya, maka penelitian ini mengharapkan mampu menyalurkan manfaat, yakni :

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan dapat menyalurkan gambaran terkait bagaimana analisis saluran distribusi *Online* dan *Offline Travel Agent* dapat meningkatkan *Revenue Per Available Room* di Discovery Kartika Plaza Hotel, serta dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pembelajaran di Politeknik Negeri Bali.

1.4.2 Secara Praktis

- a. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini memiliki potensi besar guna menambah mutu pembelajaran di Politeknik Negeri Bali dengan memberikan kontribusi positif terhadap

pengembangan kurikulum dan metode pembelajaran di bidang pariwisata dan manajemen hotel. Dengan memfokuskan pada distribusi *online* dan *offline* dalam industri perhotelan, penelitian ini pula menyalurkan peluang kepada mahasiswa guna membuat pengembangan keterampilan praktis secara mendalam dalam mengelola saluran distribusi, memperkaya pemahaman mereka tentang aspek praktis dalam operasional hotel.

b. Bagi Discovery Kartika Plaza Hotel

Pemahaman yang lebih baik terhadap strategi distribusi, hotel dapat memanfaatkan temuan penelitian untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas saluran distribusinya, yang dapat berdampak positif pada pendapatan per kamar yang tersedia (RevPAR) serta menyediakan wawasan tentang bagaimana hotel dapat lebih baik berkolaborasi dengan agen perjalanan *online* dan *offline* untuk meningkatkan *revenue per available room*.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan keterampilan penelitian penulis, melibatkan penulis dalam pengumpulan data, analisis, dan interpretasi hasil. Selain itu, penelitian ini memiliki dampak yang signifikan pada literatur ilmiah di bidang manajemen hotel dan strategi distribusi dengan memberikan sumbangan berharga pada pemahaman dan perkembangan konsep-konsep kunci dalam industri perhotelan.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut tersajikan pengurutan dalam menyusun penelitian berjudul “Analisis Saluran Distribusi *Online dan Offline Travel Agent* Dalam Meningkatkan *Revenue Per Availabe Room* di Discovery Kartika Plaza Hotel”.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menguraikan latar belakang permasalahan, kemudian dilanjutkan dengan perumusan masalahnya, hal yang dituju dalam penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan penelusuran teori-teori yang dimanfaatkan pada penelitian. Selanjutnya memuat penelitian terdahulu guna penunjang penelitian yang dilaksanakan yang membuat peneliti dapat menyusun suatu hipotesa penelitiannya serta berisikan kerangka

penelitiannya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan terkait tempat dilakukannya penelitian, populasi sekaligus sampel yang digunakan, variabel penelitian, sumber dan jenis informasi/data, cara

mengumpulkan informasi/datanya, teknik analisis data, beserta jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas terkait gambaran umum, logo, visi dan misi, serta struktur perusahaan dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Sub Regional Bali Nusra (Cabang Benoa). Lalu berisi data mengenai hasil analisis beserta bahasan dari perolehan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan membahas mengenai simpulan penelitian secara menyeluruh disertai sejumlah saran secara relevan terkait dengan permasalahan yang dihadapi perusahaan.



**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berkenaan pada kajian mengenai Analisis saluran distribusi *online* serta *offline travel agent* terhadap *revenue per available room* (RevPAR) di Discovery Kartika Plaza Hotel, didapatkan sejumlah simpulan berikut:

1. Pengaruh *Online Travel Agent* terhadap RevPAR

Saluran distribusi melalui *online travel agent* berpositif serta signifikan memengaruhi peningkatan RevPAR. Hasil analisis menunjukkan nilai *t* hitung melebihi *t* tabel serta skor kesignifikansiannya kurang dari $\alpha = 0,05$, sehingga hipotesis bahwa *online travel agent revenue* berpositif serta signifikan memengaruhi RevPAR diterima. Berdasarkan teori pemasaran digital, OTA memiliki jangkauan luas dan kemampuan menjangkau pasar global dengan cepat dan efisien, serta menawarkan kemudahan dalam pemesanan dan akses ke berbagai pilihan bagi konsumen, yang meningkatkan kemungkinan *booking* dan, pada akhirnya, RevPAR. Proses seleksi ketat terhadap partner OTA yang dilakukan oleh Discovery Kartika Plaza Hotel menunjukkan bahwa OTA yang dipilih mampu memberikan hasil yang signifikan.

Selain itu, integrasi yang baik antara sistem reservasi hotel dan platform OTA mempermudah pengelolaan inventaris dan harga, yang berdampak positif terhadap RevPAR.

2. Pengaruh *Offline Travel Agent* terhadap RevPAR

Saluran distribusi melalui offline travel agent juga berpositif serta bersignifikan memengaruhi RevPAR. Perolehan analisis memperlihatkan skor thitung melebihi ttabel serta skor kesignifikansiannya kurang dari $\alpha = 0,05$, mengarahkan hipotesis bahwa offline travel agent revenue berpositif serta bersignifikan memengaruhi RevPAR ditetapkan penerimaannya. Offline travel agents seringkali memiliki hubungan personal dan kepercayaan yang kuat dengan klien mereka, yang dapat mendorong loyalitas dan peningkatan pemesanan. Mereka juga mampu menawarkan layanan yang dipersonalisasi dan pengetahuan lokal yang mendalam, yang dapat menarik segmen pasar tertentu. Kendala dalam komunikasi dan konsistensi layanan adalah tantangan utama, tetapi pelatihan khusus dan program insentif untuk agen perjalanan offline terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja mereka. Hubungan baik dengan agen offline dan pelatihan yang diberikan berkontribusi pada peningkatan penjualan melalui saluran ini

3. Pengaruh Simultan *Online* dan *Offline Travel Agent* terhadap RevPAR

Secara simultan, baik online travel agent maupun offline travel agent bersignifikan memengaruhi RevPAR. Ini dibuktikan melalui uji F yang menunjukkan skor Fhitung melebihi Ftabel serta skor kesignifikansiannya sangat kecil (0,000),

mengarahkan hipotesis bahwa kedua saluran distribusi ini dengan bersamaan bersignifikan memengaruhi RevPAR diterima. Kombinasi saluran distribusi online dan offline memungkinkan hotel untuk memaksimalkan cakupan pasar dan mengurangi ketergantungan pada satu saluran distribusi saja. Diversifikasi saluran ini meningkatkan stabilitas pendapatan dan fleksibilitas dalam menanggapi perubahan pasar. Koordinasi kampanye pemasaran dan penyesuaian harga yang konsisten antara saluran *online* dan *offline* terbukti efektif dalam meningkatkan okupansi dan pendapatan hotel. Integrasi teknologi dalam manajemen saluran distribusi pun memegang peranan krusial ketika meraih perolehan dengan maksimal, memungkinkan pengelolaan yang lebih efisien dan responsif terhadap perubahan pasar.

4. *Standard Operating Procedure (SOP) yang Tepat Untuk Meningkatkan Revenue Per Available Room*

Untuk memastikan kontribusi yang berkelanjutan dari saluran distribusi ini, sangat penting bagi Discovery Kartika Plaza Hotel untuk memiliki *Standard Operating Procedure (SOP)*, oleh sebab itu peneliti akan merancang sebuah SOP penilaian kinerja saluran distribusi. SOP ini akan berfungsi sebagai panduan terstruktur untuk mengukur efektivitas masing-masing saluran distribusi dengan menggunakan metrik kinerja yang relevan, seperti volume pemesanan, durasi tinggal tamu, dan pendapatan rata-rata per pemesanan. Dengan adanya SOP, hotel dapat melakukan evaluasi rutin untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap saluran distribusi, memungkinkan manajemen untuk mengambil tindakan perbaikan yang tepat waktu.

Selain itu, SOP ini akan memastikan koordinasi dan konsistensi antar departemen yang terlibat dalam manajemen distribusi, sehingga semua pihak memiliki pemahaman yang jelas tentang prosedur dan tanggung jawab mereka. Penggunaan SOP juga akan membantu dalam optimalisasi strategi distribusi dengan memanfaatkan analisis data yang mendalam untuk memahami preferensi pelanggan dan tren pasar. Hal ini sangat penting dalam menyesuaikan strategi pemasaran dan penetapan harga agar tetap kompetitif. Dengan demikian, penerapan SOP penilaian kinerja saluran distribusi akan mendukung Discovery Kartika Plaza Hotel dalam mengelola saluran distribusinya secara lebih efektif, meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya operasional yang tidak perlu, dan mempertahankan daya saing di industri perhotelan yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berkenaan pada simpulannya, diperoleh sejumlah saran yang mampu diberikan untuk meningkatkan *revenue per available room* (RevPAR) di Discovery Kartika Plaza Hotel:

1. Optimalisasi Saluran Distribusi

Discovery Kartika Plaza Hotel sebaiknya terus mengoptimalkan penggunaan saluran distribusi *online* dan *offline*. Mengidentifikasi saluran yang paling

efektif dapat membantu meningkatkan RevPAR. Evaluasi secara rutin akan membantu hotel memanfaatkan saluran yang paling menguntungkan

2. Implementasi SOP Penilaian Kinerja

Memperkuat hubungan dengan agen perjalanan *online* dan *offline* dapat meningkatkan kerjasama yang saling menguntungkan. Hotel sebaiknya mengadakan pertemuan rutin dengan para agen untuk mengevaluasi kinerja dan mencari peluang peningkatan pendapatan.

3. Kolaborasi dengan Agen Perjalanan

Memperkuat hubungan dengan agen perjalanan *online* dan *offline* dapat meningkatkan kerjasama yang saling menguntungkan. Hotel sebaiknya mengadakan pertemuan rutin untuk mengevaluasi kinerja dan mencari peluang peningkatan pendapatan bersama.

4. Penggunaan Teknologi

Hotel perlu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan saluran distribusi. Platform digital dapat membantu dalam memonitor dan menganalisis kinerja saluran distribusi secara *real-time*, sehingga memungkinkan penyesuaian strategi yang cepat dan tepat.

5. Peningkatan Layanan Pelanggan

Target dalam meningkatkan kualitas layanan juga penting guna meningkatkan kepuasan tamu. Layanan yang memuaskan dapat meningkatkan loyalitas dan menjadi promosi tidak langsung melalui *word-of-mouth* yang positif.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Sejumlah saran guna penelitian berikutnya yang bisa dilaksanakan mengenai Analisis Saluran Distribusi *Online* dan *Offline Travel Agent* Dalam Meningkatkan *Revenue Per Available Room* tersajikan sebagai berikut.

1. Penambahan Variabel Penelitian.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel tambahan seperti kualitas pelayanan, fasilitas hotel, dan pengalaman tamu. Pertimbangan demikian mampu menambah wawasan secara komprehensif mengenai sejumlah aspek yang mampu memberikan efek pada RevPAR.

2. Metode Penelitian Campuran

Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) yang mengkombinasikan pendekatan kualitatif dengan kuantitatif dapat memberikan perspektif yang lebih kaya. Pendekatan ini memungkinkan penggabungan data numerik dengan wawasan yang diperoleh dari wawancara atau observasi.

3. Studi Perbandingan Antar Hotel

Melakukan studi perbandingan dengan hotel lain yang sejenis dapat memberikan wawasan lebih luas dan membantu mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan di Discovery Kartika Plaza Hotel.

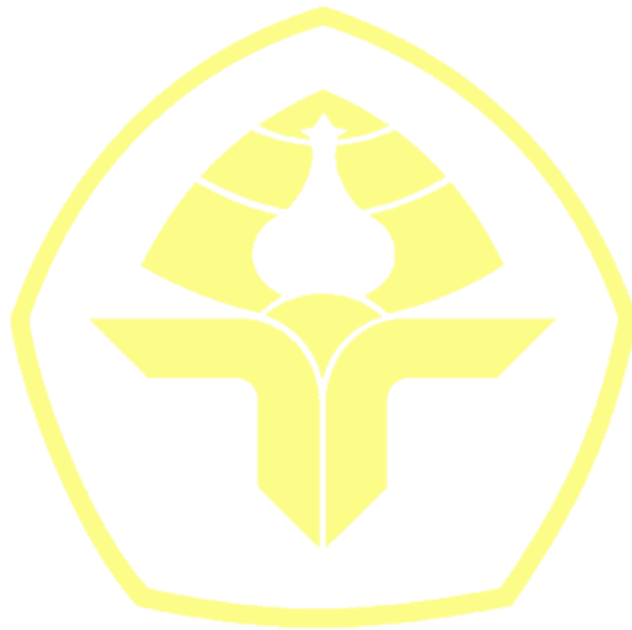
4. Eksplorasi Pengaruh Digital Marketing

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pengaruh strategi digital marketing seperti penggunaan media sosial dan platform pemesanan *online*

terhadap RevPAR. Hal ini relevan mengingat pentingnya digital marketing dalam industri perhotelan saat ini.

5. Analisis Efektivitas Promosi

Menilai efektivitas berbagai jenis promosi secara lebih rinci, seperti diskon, paket bundling, atau program loyalitas, dapat membantu hotel menentukan strategi promosi yang paling efektif untuk meningkatkan tingkat hunian kamar.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, K., Harjanti, L., & Susanto, Y. (2015). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- American Hotel and Lodging Educational Institute (AHLEI). (2021). *The Importance of SOP in Hospitality*. Retrieved from www.ahlei.org
- American Marketing Association. (2017). *Definition of Marketing*. Retrieved from <https://www.ama.org>
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2015). *Marketing: An Introduction* (13th ed.). Pearson.
- Arya Astina, I. G., & Muliadisa, I. G. (2018). Pengaruh Periklanan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pura Besakih. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(2), 59-69
- Badan Pusat Statistik. (2024, February 15). Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Bali: <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/29/kunjungan-wisatawan-domestik-ke-bali-per-bulan-2004-2018.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024, Februari 5). Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Bali: <https://bali.bps.go.id/indicator/16/106/1/banyaknya-wisatawan-mancanegara-bulanan-ke-bali-menurut-pintu-masuk.html>
- Bardi, J. A. (2018). *Hotel Front Office Management* (5th ed.). Wiley.

- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). *Smart Hospitality – Interconnectivity and Interoperability Towards An Ecosystem*. International Journal of Hospitality Management.
- Buhalis, D. &. (2008). *Progress in tourism management: Information and communication technologies in tourism*. London: Routledge.
- Buhalis, D., & Law, R. (2018). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Citra Tartilla Nurdita Putri, Eman Sukmana, I Wayan Lanang Nala, & Rinto Dwiatmojo. (2019). Pengaruh Online Travel Agent terhadap Pemesanan Kamar di Hyatt Regency Yogyakarta. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 1(2), 92-99
- Cote, R. (2017). Understanding RevPAR and Its Importance in the Hotel Industry. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 16(4), 324-331.
- Coughlan, A. T., Anderson, E., Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (2014). *Marketing Channels* (8th ed.). Pearson.
- Cornell University School of Hotel Administration. (2023). *RevPAR helps hotels measure profitability*. Retrieved from <https://ecommons.cornell.edu>.
- De Aghna, A., Budi, S., Septiana, L., Elok, B., & Mahendra, P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang

Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 03, Issue 01).

Diah, P. (2015). Manfaat Penggunaan OTA bagi Konsumen dan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45-56.

Expedia Group. (2023). *Online travel agency (OTA) definition*. Retrieved from <https://www.expediagroup.com>

Fatimah, F., & Chrismardan, R. (2022). Strategi Distribusi dalam Industri Perhotelan: Analisis Kasus di Hotel XYZ. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(2), 123-135

Get Going. (2024). Online Travel Agency vs. Offline: The Pros and Cons. Retrieved from <https://www.getgoing.com/>

Gretzel, U. S. (2015). *Tourism and technology: Shaping a sustainable future*. London: Routledge.

Grönroos, C. (2016). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic* (4th ed.). Wiley.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, N. L. A. F., Utama, I. K., Susyarini, N. P. W. A., Sari, P. Y. W., & Sudiarta, I. M. (2023). The Contribution of Online and Offline Travel Agent Reservations

to Increase Room Occupancy at The Westin Resort Nusa Dua, Bali. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(3), 248-263.

Harris, P., & Mongiello, M. (2019). *Accounting and Financial Management: Developments in the International Hospitality Industry*. Elsevier.

Haryadi, Y., & Pamungkas, B. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Hotel. *Jurnal Ekonomi*. Retrieved from <https://www.academia.edu>

Herlikano, P. C., Sari, N. P., & Sulistyawati, A. S. (2021). Pengaruh Online dan Offline Reservations Terhadap Tingkat Hunian Kamar Hotel Jayakarta Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 160-182.

Hermawan, H. , B. E. , & H. F. (2018). *Pengantar manajemen hospitality*. PT Nasya Expanding Management.

Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2017). Marketing Mix and Customer Experience: A Review and Research Agenda. *Journal of Marketing*, 81(6), 1-24.

Hootsuite. (2019). *Indonesia digital landscape 2019*. Retrieved from <https://hootsuite.com/resources/digital-reports/indonesia-2019>

Hotel News Now. (2023). *RevPAR helps hotels measure profitability and compare performance*. Retrieved from <https://www.hotelmanagement.net/data-trends/ahla-us-hotels-reach-record-revpar-2023>

Hurdawaty, & Parantika. (2018). Standarisasi dapur dalam menunjang operasional pengolahan makanan di Rio City Hotel Palembang. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1-8.

Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Iqbal, M. (2015). *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda*. Retrieved from <https://www.123dok.com>

Kadam, M. V. V., & Janvekar, M. D. (2020). An Analysis of the effects of OTAS on travel agents in Hotel Room Bookings. *Editorial Board*, 9(7), 20-30.

Kharomah, B. M. Y., Mudana, I. G., & Septevany, E. (2020). Contribution of reservation through online and offline travel agents to increase room sales volume at New Kuta Hotel, Pecatu, Bali. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 2(2), 78-86.

Kharisma, M. D., Pitanatri, P. D., & Pramana, I. D. (2020). Pengaruh Saluran Distribusi Offline dan Online Travel Agent dan Implikasinya terhadap Revenue Per Available Room di the Anvaya Beach Resort Bali. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1-8.

Kieso, D. E., Weigandt, J. J., & Kimmel, P. D. (2020). *Intermediate Accounting* (17th ed.). Wiley.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). London: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). London: Pearson Education.

- Krestanto, H. (2019). Strategi dan Usaha Reservasi untuk Meningkatkan Tingkat Hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1), 115-130.
- Law, rob & L., Rosanna & Lo, Ada & Leung, Daniel & Hoc Nang Fong, & Lawrence. (2015). Distribution Channel in Hospitality and Tourism: Revisiting Disintermediation from the Perspectives of Hotels and Travel Agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 431–452.
- Lieber, E., & Syverson, C. (2020). Online Travel Agents and Hotel Occupancy Rates: Evidence from Indonesia. *Kepariwisata & Hospitalitas*.
- Luh Ayu Feby Handayani, N., Ketut Sutarna, I., Putu Wiwiek Ary Susyarini, N., Yunita Wacana Sari, P., Made Sudiarta, I., & Negeri Bali, P. (2023). The Contribution of Online and Offline Travel Agent Reservations to Increase Room Occupancy at The Westin Resort Nusa Dua, Bali. *International Journal of Travel* (Vol. 2).
- Malla, R. (2016). Online Travel Agency (OTA): A Comprehensive Overview. *Jurnal Pariwisata*, 7(3), 78-91.
- Nurnawati, E. K., & Ardyrusmarryya, D. (2017). Pemetaan hotel untuk menunjang potensi wisata berbasis mobile untuk menunjang smart city. *Jurnal.Unmuhjember.Ac.Id*. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember. Retrieved from <http://jurnal.unmuhjember.ac.id>
- O'Connor, P. &. (2014). *The Routledge handbook of tourism research*. London: Routledge.

- Papilaya, J., Sukoharsono, E. G., & Siti-Nabiha, A. K. (2017). Pendapatan dalam Akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 22(3), 205-217.
- Paramita, M., Dewanti, R. P., & Djajadikerta, H. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia. *10*(1), 98–116
- Pitana, I. G., & Pitanatri, I. G. (2016). Digital Marketing in Tourism Industry: The Case of Bali. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 327-334.
- Pitana, I. G., & Pitanatri, I. G. (2019). Disruption in Tourism Industry: Adapting to the Future. *Journal of Tourism and Hospitality*, 9(1), 23-34.
- Pratiwi, N. M. W. D. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Tri Hita Karana dalam Hubungannya dengan Budaya Organisasi di Lingkungan Politeknik Negeri Bali. *Jurnal Forum Manajemen*, 14(1), 28-38.
- Putri, C. T. N., Sukmana, E., Nala, I. W. L., & Dwiatmojo, R. (2019). Pengaruh Online Travel Agent terhadap Pemesanan Kamar di Hyatt Regency Yogyakarta. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 1(2), 92-99
- PKF Consulting. (2023). *RevPAR helps hotels measure profitability and make strategic decisions*. Retrieved from <https://www.pkfconsulting.com>
- Rahadi, R. A., Candra, B. P., Rahmawati, D., Kitri, M. L., Putranto, N. A. R., & Faturhman, T. (2021). The Impact of Hotel and Online Travel Agent Collaboration on Summit Siliwangi Hotel's Profit Margin. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10, 229-243.

- Saimima, P. (2019). Analisis Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bintang Lima di Bali. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 7(2), 45-53.
- Santoro, G. (2015). The Role of Revenue Management in the Hotel Industry: A Comparative Study. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 14(3), 205-217.
- Schwartz, Z., Altin, M., & Singh, D. (2017). Revenue Management: Maximizing Revenue in Hospitality Operations. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(1), 23-36.
- Sina, A., Laela, S., & Sari, F. (2018). *Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Ghalia Indonesia..
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2014). *Marketing: Real People, Real Choices* (8th ed.). Pearson.
- Srivastava, A. (2016). Performance measures for strategic revenue management: *RevPAR versus GOPPAR*. *Journal of Revenue and Pricing Management*. Retrieved from <https://www.vedatya.ac.in>
- STR. (2023). *RevPAR helps hotels measure profitability and compare performance*. Retrieved from <https://www.str.com>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo, Ed.; 4th ed.)*. ALFABETA.
- Sulistyaningrum, R. (2018). Peran Travel Agent dalam Industri Pariwisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1), 7-15.
- Sulistyaningrum, N. U. D., Mudana, I. G., Astawa, I. K., Sudiarta, M., & Armoni, N. L. E. (2019). Contribution of Hotel Website, Online Travel Agent, and Offline Travel Agent to Room Revenue in Melia Bali. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 2(1), 47-56.
- Tartilla, C., Putri, N., Sukmana, E., Wayan, I., Nala, L., & Dwiatmojo, R. (2019). Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Samarinda, Kota Samarinda, 75136, Indonesia ,2,3,4, Dosen Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Samarinda. 75131. <http://e-journal.polnes.ac.id/index.php/edutourism/>
- Temling, R. (2014). *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry*. HFTP.
- Titin, A., & Anung, F. (2019). Saluran Distribusi dalam Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 56-67.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Trip Advisor. (2017). *Trip Advisor Travelers' Choice Awards 2017*. Retrieved from <https://www.tripadvisor.com/>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

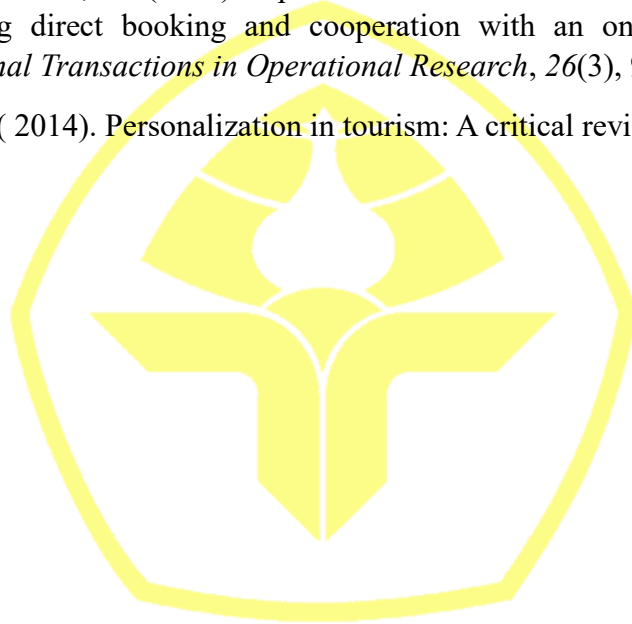
Walker, J. R., & Miller, J. E. (2019). *Supervision in the Hospitality Industry*. Wiley.

Wiyasha, I. B. M. (2014). *Akuntansi manajemen untuk hotel dan restoran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Wachyuni, S. S., Wiweka, K., & Liman, M. (2018). Pengaruh Online Distribution Channels (Ods) Terhadap Hotel Revenue. *Journal Of Tourism And Economic*, 64-72.

Ye, F., Yan, H., & Wu, Y. (2019). Optimal online channel strategies for a hotel considering direct booking and cooperation with an online travel agent. *International Transactions in Operational Research*, 26(3), 968-998.

Yeoman, I. &.-B. (2014). *Personalization in tourism: A critical review*. Oxford: Elsevier.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI