

**SKRIPSI**  
**STRATEGI BISNIS *E-COMMERCE* DALAM UPAYA MENINGKATKAN**  
***REVENUE* PADA HOTEL GOLDEN TULIP ESSENTIAL DENPASAR**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

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

Oleh:  
MARIA SINTA DEWI  
NIM. 1815744016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI BISNIS *E-COMMERCE* DALAM UPAYA MENINGKATKAN**  
***REVENUE* PADA HOTEL GOLDEN TULIP ESSENTIAL DENPASAR**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

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

Oleh:  
**MARIA SINTA DEWI**  
NIM. 1815744016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Bisnis *E-Commerce* Dalam Upaya  
Meningkatkan *Revenue* pada Hotel Golden  
Tulip Essential Denpasar

Penulis

a. Nama : Maria Sinta Dewi

b. Nim : 1815744016

Jurusan : Administrasi Niaga

Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Juli 2022

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

I Made Widiantara, S.Psi, M.Si

Waelan, SE., M.Sc

197902182003121002

196004031989101001

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**STRATEGI BISNIS *E-COMMERCE* DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
*REVENUE* PADA HOTEL GOLDEN TULIP ESSENTIAL DENPASAR**

**Oleh :**

MARIA SINTA DEWI

NIM. 1815744016

**Disahkan:**

Ketua Penguji

I Made Widiantera, S.Psi, M.Si

NIP. 197902182003121002

Penguji II

Penguji II

Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom., M.M

NIP. 197612012002122002

Putu Sandra Putri Astariani, S.S., M.Hum

NIDN. 0008089701

Mengetahui

Jurusan Administrasi Niaga

Ketua,

Badung,

Prodi Manajemen Bisnis Internasional

Ketua,

Dr. I Ketut Santra, M.Si

NIP. 196710211992031002

Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM

NIP. 196808271993031002

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

*“Out of Comfort Zone”*

Persembahan :

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Bisnis *E-Commerce* Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* pada Hotel Golden Essential Denpasar” tepat pada waktunya. Atas terselesainya Skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah dan Ibu; Bapak Nikolaus Wyn Suyasa, S.Pd, Ibu Fransiska Ni Nyoman Sudani, Kakak Emilia Rosita Dewi, S.Pd, dan Fromentius DS Maryanto serta Keponakan tercinta Eusthacia Putu Athalia DS Binova yang telah memberikan dukungan, motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung serta telah memberikan kasih sayang yang tulus dan doa yang tiada henti demi kesuksesan penulis.
2. Bapak I Made Widiantara, S.Psi, M.Si dan Bapak Waelan, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran memberikan motivasi, saran dan petunjuk sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
3. Seluruh pimpinan dan karyawan Golden Tulip Essential Denpasar yang telah memberikan izin dan bantuan dalam memperlancar proses pembuatan skripsi ini.
4. *Support System* Terbaik, I Gede Gandira Darmesta yang selalu menjadi tempat mengeluh, selalu memberikan dukungan dan motivasi agar penelitian ini terselesaikan sesuai dengan rencana.

5. *Bestie*; Ni Made Dyah Ambarwati dan Ayu Putri Aryanti yang telah banyak memberikan inspirasi, dukungan dan dorongan dari berbagai sisi dan dengan berbagai cara.
6. Seluruh anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga masa bhakti 2019 dan 2020, serta teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan support baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul: **“Strategi Bisnis *E-Commerce* Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar”** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang sepengetahuan 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 dalam daftar pustaka.

Badung, 16 Maret 2022  
Yang Menyatakan

Maria Sinta Dewi  
NIM. 1815744016

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT dan strategi bisnis e-commerce yang tepat dalam upaya meningkatkan revenue Hotel Golden Tulip Essential Denpasar. Jenis data pada penelitian ini meliputi data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data dari penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah struktur organisasi perusahaan, sejarah perusahaan, dan hasil wawancara. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data revenue hotel. Data dikumpulkan dengan observasi, wawancara, focus group discussion dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan analisis matriks SWOT. Maka simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut. Strategi yang sebaiknya digunakan oleh perusahaan adalah strategi ST yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Setelah dilakukan analisis lebih jauh menggunakan matriks QSPM adapun strategi prioritas yang dapat digunakan ialah strategi 2 yakni memaksimalkan pemasaran dengan memanfaatkan SDM yang kompeten untuk melakukan promosi menggunakan teknologi digital yang dapat menjangkau seluruh pasar dan menyesuaikan dengan kondisi masyarakat. Berdasarkan hasil focus group discussion strategi yang dapat di terapkan dalam e-commerce tipe B2B, B2C dan B2G yang nantinya diharapkan mampu memaksimalkan pemasaran menggunakan media e-commerce.

**Kata kunci:** analisis SWOT, strategi bisnis, e-commerce, revenue



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the SWOT analysis and the right e-commerce business strategy in an effort to increase revenue at the Golden Tulip Essential Hotel Denpasar. The types of data in this study include quantitative and qualitative data. Sources of data from this study include primary data and secondary data. This research is a qualitative and quantitative research. The qualitative data in this study are the company's organizational structure, company history, and the results of interviews. Quantitative data in this study is hotel revenue data. Data were collected by observation, interviews, focus group discussions and documentation studies. This study uses SWOT analysis and SWOT matrix analysis. Then the conclusions obtained are as follows. The strategy that should be used by the company is the ST strategy, namely by using strength to overcome threats. After further analysis using the QSPM matrix, the priority strategy that can be used is strategy 2, namely maximizing marketing by utilizing competent human resources to promote using digital technology that can reach all markets and adapt to community conditions. Based on the results of the focus group discussion, strategies that can be applied in e-commerce types B2B, B2C and B2G are expected to be able to maximize marketing using e-commerce media.*

**Keywords:** *SWOT analysis, business strategy, e-commerce, revenue*

## **PRAKATA**

Segala Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Strategi Bisnis *E-Commerce* Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada Jurusan Administrasi Niasa Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan proposal skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. Drs. I Ketut Santra, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan melakukan penelitian dalam upaya memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma IV, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali.
3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi, M.Si, selaku dosen pembimbing proposal yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing penulis.

4. Seluruh manajemen dan karyawan Golden Tulip Essential Denpasar khususnya *Sales & Marketing Department* yang telah memberikan banyak pengalaman serta pengetahuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca nantinya.

Badung, 15 Februari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
PRAKATA .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1 Kajian Teoritis.....	12
2.1.1 Era Digital.....	12
2.1.2 Strategi Bisnis.....	13
2.1.3 E-Commerce.....	14
2.1.4 Revenue (Pendapatan).....	22
2.1.5 Hotel.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu (Kajian Empiris) .....	24
2.2.1 I Wayan Aryawan, Ahmad Slamet Ridwan (2016).....	24
2.2.2 Ni Komang Thessy Aprelia A, Putu Diah Sastri P (2018).....	25
2.2.3 Suci Sandi, Wachyuni, dkk (2018) .....	26
2.2.4 Ayu Nurdininsi .....	27

2.2.5 Al Fadilla Darma Nasri (2020).....	27
2.2.6 Walia Nabila Sa'ad (2017).....	28
2.2.7 Putu Rian Arde Surya, dkk (2019).....	29
2.2.8 A. Rizaldi, Z Madany (2021) .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.1.1 Jenis Data.....	33
3.1.2 Sumber Data.....	33
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.2.1 Observasi ( <i>Observation</i> ) .....	34
3.2.2 Wawancara ( <i>Interview</i> ).....	35
3.2.3 <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) .....	36
3.2.4 Studi Dokumentasi ( <i>Documentation Study</i> ) .....	36
3.2.5 Studi Pustaka ( <i>Literature Review</i> ) .....	37
3.3 Metode Analisis Data.....	37
3.3.1 Analisis SWOT.....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.....	47
4.1.1 Sejarah Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.....	47
4.1.2 Lokasi Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.....	52
4.1.3 Bidang Usaha.....	53
4.1.4 Struktur Organisasi Hotel Golden Tulip Essential Denpasar .....	59
4.1.5 <i>Job Description</i> .....	61
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	68
4.2.3 Hasil Analisis SWOT Golden Tulip Essential Denpasar.....	68
4.2.4 Strategi Bisnis E-Commerce yang Tepat Dalam Upaya Meningkatkan <i>Revenue</i> Pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.....	82
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	86
4.3.3 Implikasi Teoritis .....	86
4.3.4 Implikasi Praktis .....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91

5.2 Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN.....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Revenue Hotel Golden Tulip Tahun 2017-2019 dan 2020 .....	7
Tabel 3.1 Matriks SWOT .....	41
Tabel 4.1 Kapasitas Meeting Room.....	57
Tabel 4.2 Matriks IFAS.....	70
Tabel 4.3 Matriks SWOT .....	76
Tabel 4.4 Matrik Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT .....	77
Tabel 4.5 Matriks QSPM.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi dan Pengguna Internet 2019-2020 (Q2).....	2
Gambar 1.2 Grafik penjualan kamar tahun 2017 .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	31
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT.....	43
Gambar 4.1 Logo Golden Tulip Essential Denpasar .....	52
Gambar 4.2 Pool.....	56
Gambar 4.3 The Branche Restaurant Bar & Longue .....	57
Gambar 4.4 Tresna Garden Golden Tulip Essential Denpasar .....	59
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Perusahaan .....	61
Gambar 4.6 Struktur Organisasi Perusahaan .....	62
Gambar 4.7 Diagram Cartesius Analisis SWOT .....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Keterangan dari Perusahaan
- Lampiran 3 : Naskah Wawancara Penelitian
- Lampiran 4 : Dokumentasi Kegiatan Penelitian
- Lampiran 5 : Riwayat Hidup Peneliti

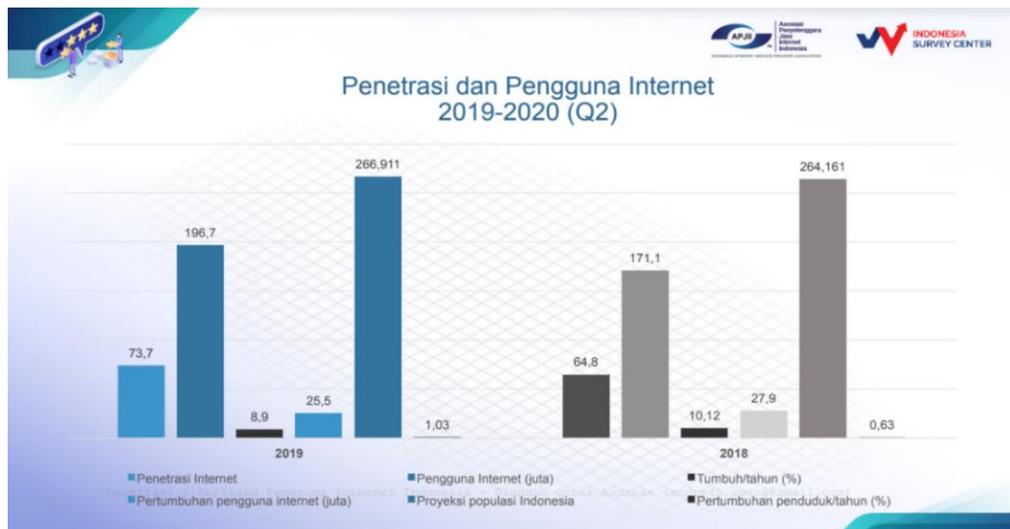
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era digital adalah sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Istilah ini juga bisa di artikan sebagai munculnya teknologi digital yang menggantikan teknologi-teknologi yang sebelumnya sudah digunakan (mekanik dan elektronik analog) oleh manusia dalam era ini yang semua hal menggunakan teknologi. Era digital memudahkan kehidupan masyarakat modern dimana hubungan masyarakat dapat terjalin dimanapun, kapanpun dan terhubung satu dengan yang lain, peralihan masa teknologi mekanik dan elektro analog ke digital yang disambut dengan sangat baik oleh masyarakat. Dampak era digital bisa dilihat dari perubahan gaya hidup masyarakat yang secara umum tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik dan hampir setiap lapisan masyarakat baik dari kalangan pelajar hingga professional selalu mengakses jaringan internet menurut kebutuhan masing-masing

setiap harinya. Saat ini internet merupakan salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat *modern*, yang mana para pengguna internet juga semakin mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun, yang juga sudah berhasil mengubah wajah peradaban dunia.



Gambar 1.1 Penetrasi dan Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)  
Sumber: APJII Q2 2020

Berdasarkan data dari survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) terdahulu, yakni survei pada tahun 2019, untuk periode 2019-2020 jumlah per kuartal II tahun ini jumlah pengguna internet mencapai 73,7 % dari populasi Indonesia, jumlah ini setara dengan 196,7 juta jiwa dari total 266,911 juta jiwa penduduk Indonesia berdasarkan data BPS. Kecenderungan internet telah bergerak menjadi kebutuhan pokok bagi tiap orang, nyaris semua kebutuhan seseorang dapat dipenuhi melalui internet. Perubahan atau perkembangan yang terjadi akibat era digital ini juga menjadi hal yang harus diperhatikan bagi pelaku bisnis karena dengan menggunakan internet pelaku bisnis dapat menawarkan produk atau jasa tanpa batas ruang dan waktu dan karena itu pula persaingan usaha

menjadi semakin ketat, sehingga menyebabkan pelaku usaha harus semakin gencar mencari inovasi untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan daya tarik perusahaan. Salah satu cara pemanfaatan internet dalam bisnis yakni dalam bidang pemasaran.

Perkembangan teknologi dan informasi seperti internet menuntut industri perhotelan untuk beradaptasi, salah satu contoh dari bagian industri perhotelan yang mengikuti perkembangan teknologi adalah strategi pemasaran. Hotel – hotel memilih strategi pemasaran dengan *E-Commerce* seperti bekerjasama dengan *Online Travel Agent (OTA)* maupun dengan membuat *website* sendiri sebagai media reservasi. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dari konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan pihak penjual (Tjiptono, 2014). Pemasaran merupakan ujung tombak suatu bisnis. Suatu bisnis tidak akan mampu bersaing tanpa pemasaran. Strategi pemasaran tersebut adalah kiat perusahaan dalam memasarkan produknya dengan baik untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan. Jenis-jenis strategi pemasaran sangat beragam salah satu strategi pemasaran yang saat ini paling sering diterapkan ialah strategi bisnis menggunakan basis internet, dikenal dengan sebutan *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. (Pearson, 2008:59), tujuan dari penerapan strategi *e-commerce* yakni dengan menggunakan *e-commerce* maka perusahaan dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya. Strategi pemasaran *e-commerce* tidak perlu mempertemukan antara pihak penjual dan pembeli atau dengan kata lain tidak ada

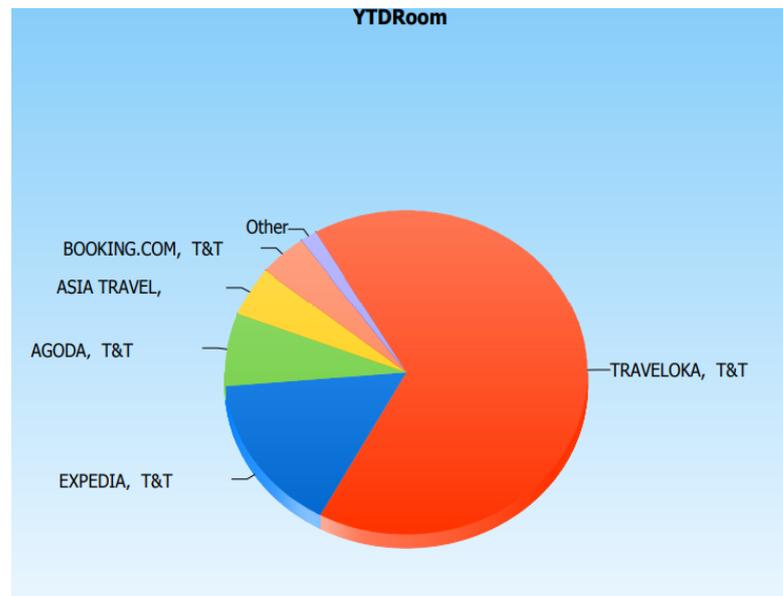
kontak langsung secara fisik. Proses administrasi pun akan dilakukan secara online, sehingga akan sangat memudahkan kedua pihak dalam menyelesaikannya. Strategi pemasaran berbasis internet akan sangat memudahkan pelaku bisnis di semua sub sektor industri, termasuk industri pariwisata. Sektor industri pariwisata merupakan penghasil devisa nomor tiga di Indonesia, setelah tambang dan migas.

Ruang lingkup industri pariwisata menyangkut berbagai sektor ekonomi, salah satu aspek yang tercakup dalam industri pariwisata adalah jasa akomodasi khususnya industri perhotelan. Hotel adalah bangunan yang dikelola secara komersial untuk memberikan fasilitas penginapan kepada masyarakat umum dengan fasilitas di antaranya pelayanan barang bawaan, makanan dan minuman, fasilitas perabot dan hiasan yang ada di dalamnya, serta jasa pencucian pakaian. (Sri, 1996) Seiring berjalannya waktu dengan berubahnya gaya hidup, hotel tidak hanya dijadikan tempat menginap tetapi juga untuk mengadakan rapat, pertemuan, resepsi pernikahan, seminar pameran bahkan pertunjukkan. Hotel merupakan salah satu jenis usaha komersial yang artinya pengusaha hotel memberikan pelayanan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. *Revenue* hotel atau yang dalam bahasa Indonesia disebut dengan pendapatan hotel adalah hasil dari penjualan produk dan jasa hotel seperti : penjualan kamar, penjualan meeting room, penjualan makanan dan minuman dimana disatu sisi menjual jasa dan disisi lainnya menjual barang.

Setiap usaha hotel memiliki target penjualan dan pendapatan masing-masing. Golden Tulip Essential Denpasar yang dibuka pada tahun 2014. Golden Tulip Essential Denpasar dimiliki oleh PT Batu Sari Lestari dibawah naungan

Louvre Hotels Group (induk perusahaan Premiere Class, Campanile, Kyriad dan Kyriad Prestige). Golden Tulip Essential Denpasar masuk dalam kategori hotel bintang 3. Perusahaan yang bergerak di bidang industri perhotelan ini beralamatkan di Jl. Gatot Subroto Barat No.101, Padangsambian Kaja, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali 80118. Dengan banyaknya hotel yang bermunculan saat ini, Golden Tulip Essential Denpasar harus dapat menjaga eksistensinya, salah satu caranya ialah dengan mengikuti perkembangan era digital yakni dengan melakukan pemasaran berbasis online. Hal ini tak terlepas dari peran sales & marketing department yang dituntut untuk dapat mempromosikan hotel dan produknya, salah satunya adalah dengan penjualan atau pemasaran online yakni *e-commerce*. Karena dengan menggunakan pemasaran online, cakupan pasar akan lebih luas karena dapat diakses oleh siapa saja tanpa batas jarak, ruang dan waktu.

Perkembangan positif dari penggunaan teknologi *e-commerce* dalam pemasaran produk dan jasa khususnya akomodasi di Golden Tulip Essential Denpasar dapat dilihat dari grafik penjualan kamar dengan pemanfaatan *e-commerce* per tahun di bawah ini.



Gambar 1. 2 Grafik penjualan kamar tahun 2017  
 Sumber : *Sales & Marketing Golden Tulip Essential Denpasar*

Grafik diatas merupakan tingkat penjualan kamar tahun 2017 pada Golden Tulip Essential Denpasar yang menggunakan teknologi *e-commerce*. Grafik ini menunjukkan bahwa Golden Tulip Essential Denpasar telah menerapkan teknologi *e-commerce* dari tahun 2017 sampai saat ini dan terbukti bahwa sebagian besar pelanggan didapat dari pemasaran dengan teknologi *e-commerce*. Sampai saat ini teknologi *e-commerce* di Golden Tulip Essential Denpasar hanya digunakan dalam memasarkan produk hotel yang berupa akomodasi atau penginapan. Disisi lain sebagai city hotel selain menjual kamar Golden Tulip Essential Denpasar juga memasarkan produk dan layanan berupa penyewaan ruang meeting dan penyelenggaraan event yang masih dipasarkan secara konvensional melalui kegiatan sales call ke Lembaga atau instansi yang menjadi target pemasaran. Tabel

1.1 menggambarkan pendapatan Golden Tulip Essential Denpasar dari semua produk dan jasa yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Revenue Hotel Golden Tulip Tahun 2017-2019 dan 2020

Tahun	Room Revenue	F&B Revenue	Spa	M.O.D	Total
2017	5,880,693,795	4,006,806,650	65,515,187	51,906,374	10,004,922,006
2018	6,819,946,110	4,780,984,485	32,532,656	68,393,381	11,701,856,632
2019	6,685,103,451	4,579,951,969	45,273,140	44,177,028	11,354,505,588
2020	1,103,169,400	818,846,651	0	8,750,534	1,930,766,585
2021	1,320,040,287	940,624,649	0	2,627,238	2,263,292,174

Sumber: *Sales & Marketing* Golden Tulip Essential Denpasar

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada periode 2017-2019 pendapatan Golden Tulip Essential Denpasar mengalami peningkatan, periode 2020 bulan April-Desember Golden Tulip Essential Denpasar tidak menjalankan operasionalnya akibat pandemi covid-19. Sejak April 2021, setelah pandemi covid-19 melandai Golden Tulip Essential Denpasar kembali beroperasi dengan *revenue* yang tergolong baik, setelah *re-opening* hotel pencapaian ini tidak terlepas dari penggunaan e-commerce dalam pemasaran produk dan layanannya.

Tentunya dalam penggunaan e-commerce juga diperlukan beberapa strategi untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam menyusun strategi bisnis *e-commerce* maka peneliti memperkuat penelitian menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dihadapi. Setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada maka pihak manajemen dapat menyusun strategi yang nantinya dapat digunakan untuk memaksimalkan penggunaan *e-commerce* dalam upaya meningkatkan *revenue* hotel. Analisis SWOT juga membantu pihak manajemen untuk meminimalisir resiko buruk atau

ancaman yang dihadapi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Bisnis *E-Commerce* dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diangkat adalah :

1.2.1 Bagaimana analisis SWOT Hotel Golden Tulip Essential Denpasar

1.2.2 Bagaimana strategi bisnis *e-commerce* yang tepat dalam upaya meningkatkan *revenue* pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1.3.1 Untuk mengetahui analisis SWOT Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.

1.3.2 Untuk mengetahui strategi bisnis *e-commerce* yang tepat dalam upaya meningkatkan *revenue* pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar.

## **1.4 Kontribusi Hasil Penelitian**

### **1.4.1 Kontribusi Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan informasi, menambah wawasan dan pemahaman mengenai strategi pemasaran khususnya pemasaran menggunakan internet (*e-commerce*) serta penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya yang serupa.

### **1.4.2 Kontribusi Praktis**

a. Bagi Hotel Golden Tulip Essential Denpasar

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan strategi pemasaran bagi manajemen atau pengelola bisnis perhotelan dalam upaya meningkatkan *revenue* pada hotel bersangkutan.

b. Bagi Pihak Jurusan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi atau masukan pengetahuan mengenai strategi-strategi bisnis *e-commerce* bagi mahasiswa-mahasiswi yang sedang mempelajari konsep tersebut.

c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dalam memecahkan suatu masalah dan media pengimplementasian ilmu yang didapat selama perkuliahan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Berikut Adapun sistematika penulisan penelitian dengan judul Strategi Bisnis *E-Commerce* dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* pada Hotel Golden Tulip Essential Denpasar terdiri dari 5 bagian inti yakni :

a. Bab I (Pendahuluan)

Pada Bab I terdiri dari pemaparan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

b. Bab II (Kajian Pustaka)

Pada Bab II terdiri dari telaah teori, penelitian sebelumnya (kajian empirik) serta kerangka teoritis.

c. Bab III (Metode Penelitian)

Pada Bab III terdapat penguraian mengenai tempat penelitian, obyek penelitian, sumber data, jenis data, teknik pengumpulan data, konsep analisis SWOT, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan.

d. Bab IV (Hasil dan Pembahasan)

Pada Bab IV terdapat pemaparan mengenai gambaran umum perusahaan, hasil analisis dan pembahasan serta implikasi hasil penelitian.

e. Bab V (Kesimpulan dan Saran)

Pada Bab V menguraikan mengenai simpulan dan saran dari hasil penelitian



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

##### **1. Analisis SWOT hotel Golden Tulip Essential Denpasar**

Dari matriks kombinasi strategi SWOT skor terbesar adalah strategi ST yakni Strength – Threats dengan total 2,83. Hal ini berarti strategi yang sebaiknya digunakan oleh perusahaan adalah strategi ST yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST meliputi Memaksimalkan lokasi yang strategis untuk bersaing dengan property baru yang menjadi competitor, Memaksimalkan pemasaran dengan memanfaatkan SDM yang kompeten untuk melakukan promosi menggunakan teknologi digital yang dapat menjangkau seluruh pasar dan menyesuaikan dengan kondisi masyarakat, Memaksimalkan mutu pelayanan agar tamu tetap menjadi pelanggan tetap dan tidak lebih memilih menginap di tempat lain. Setelah dilakukan analisis lebih jauh menggunakan matriks QSPM adapun strategi prioritas yang dapat

digunakan ialah strategi 2 yakni Memaksimalkan pemasaran dengan memanfaatkan SDM yang kompeten untuk melakukan promosi menggunakan teknologi digital yang dapat menjangkau seluruh pasar dan menyesuaikan dengan kondisi masyarakat dengan skor sebesar 3,70.

## **2. Strategi Bisnis E-Commerce yang tepat**

Berdasarkan hasil *focus group discussion* dengan beberapa staff dari pihak hotel dapat dirumuskan beberapa strategi yang dapat di terapkan dalam e-commerce tipe B2B, B2C, dan B2G yang nantinya diharapkan mampu memaksimalkan pemasaran menggunakan media e-commerce dalam upaya meningkatkan revenue pada Golden Tulip Essential Denpasar.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk strategi bisnis e-commerce dalam upaya meningkatkan revenue Golden Tulip Essential Denpasar adalah sebagai berikut :

1. Golden Tulip Essential Denpasar diharapkan mampu lebih gencar melakukan promosi via *online*, memasarkan semua produk maupun jasa yang dimiliki kedalam promosi online dan memanfaatkan *e-commerce* dengan strategi yang tepat agar dapat menarik minat tamu untuk berkunjung langsung ke hotel dan tercapainya target *revenue* yang diharapkan jika strategi bisnis e-commerce yang dilakuakn berjalan secara optimal
2. Diharapkan Golden Tulip Essential Denpasar menjalin hubungan baik dengan semua *online travel agent* yang telah bekerja sama sebelumnya maupun yang baru agar semakin mudah melakukan promosi dan dengan

adanya koordinasi yang baik antara pihak hotel Golden Tulip Essential Denpasar dengan online travel agent maka akan menimbulkan kepercayaan antara kedua pihak dan terjalin hubungan yang baik dalam jangka waktu yang panjang.

3. Golden Tulip Essential Denpasar diharapkan mampu secara rutin memperbaharui informasi mengenai aktivitas- aktivitas yang ada di hotel menggunakan *platform* sosial media agar customer tertarik dan berkeinginan untuk mengunjungi hotel.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Rizaldi, Dkk. (n.d.). *Impact of E-Commerce in Industry*. ojs.unikom.  
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/injuratech/article/view/5914/2748> (10 Januari 2022)
- Ambar. (n.d.). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. pakar komunikasi.  
<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>  
 (05 Februari 2022)
- Andriawan, F. (2019). *Apa yang Dimaksud dengan Revenue Beserta Contohnya*. Paper Blog.  
<https://www.paper.id/blog/tips-dan-nasihat-umkm/apa-yang-dimaksud-dengan-revenue/> (30 Desember 2021)
- APJII. (2020). *Data Resmi Jumlah Pengguna Internet Indonesia*. Andre45.  
<https://kursus-bisnisonline.com/data-resmi-jumlah-pengguna-internet-indonesia-2020-hasil-survei-apjii/> (27 Desember 2021)
- Asfihan, A. (2021). *Kerangka Berpikir Adalah*. adalah.co.id.  
<https://adalah.co.id/kerangka-berpikir/> (13 Januari 2022)
- Atmaja, T. B., & Kristanto, A. B. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(2), 273-280. (06 Maret 2022)
- Daniel. (2019). *Tinjauan Pustaka Manajemen Pemasaran: Pengertian, Konsep, Strategi, Bauran, Fungsi dan Tujuan Pemasaran*. Ekonomi Manajemen.com.  
<https://ekonomimanajemen.com/tinjauan-pustaka-manajemen-pemasaran-pengertian-konsep-strategi-bauran-fungsi-dan-tujuan-pemasaran/> (27 Desember 2021)
- DeePublish, P. (n.d.). *Pengertian Pariwisata*. Yogyakarta: DeePublish.  
<https://penerbitbukudeepublish.com/pengertian-pariwisata/> (29 Desember 2021)
- Desain, A. (2021). *Era Digital: Pengertian, Dampak & 3 Manfaatnya*. Apridesain.id.  
<https://www.apridesain.id/blog/era-digital/> (30 Desember 2021)
- Ekonomi, D. (2021). *Marketplace Adalah*. sarjana ekonomi.  
<https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/> (05 Februari 2022)
- Ervina. (2019). *E-commerce : Pengertian, Jenis e commerce, dan Keuntungannya*. Insight Talenta.  
[https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/e-commerce/#Arti\\_E-commerce\\_Menurut\\_Loudon\\_1998](https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/e-commerce/#Arti_E-commerce_Menurut_Loudon_1998) (27 Desember 2021)
- Hayati, R. (2020). *Pengertian Data Primer, Kelebihan, Kekurangan, dan Contohnya*. penelitian ilmiah.  
<https://penelitianilmiah.com/data-primer/> (17 Januari 2022)
- Hayati, R. (2020). *Pengertian Data Sekunder, Kelebihan, Kekurangan, dan Contohnya*. penelitian ilmiah.  
<https://penelitianilmiah.com/data-sekunder/> (17 Januari 2022)
- Hayati, R. (2021). *5 Pengertian Kerangka Berpikir Menurut Para Ahli*. penelitian ilmiah.

- <https://penelitianilmiah.com/pengertian-kerangka-berpikir-menurut-para-ahli/> (16 Januari 2022)
- I Wayan Aryawan, Dkk. (2016). *Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Okupansi di Watermark Hotel and Spa Jimbaran Badung*. Bali.
- Industri Pariwisata*. (2021). Wikipedia.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Industri\\_pariwisata](https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_pariwisata) (29 Desember 2021)
- Jenis E-Commerce untuk Kembangkan Bisnis*. (n.d.). Jakarta: jurnal entrepreneur.  
<https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/> (30 Desember 2021)
- Karolinda, B. (2021). STRATEGI E-SERVQUAL DAN E-RECOVERY SERVICE QUALITY PADA E-COMMERCE DI INDONESIA. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 198-206. (07 Maret 2022)
- Kho, B. (2018). *Pengertian Strategi dan 3 Tingkatan Strategi dalam Dunia Bisnis*. Ilmu manajemen industri.  
<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi-bisnis/> (30 Desember 2021)
- Kiagus Ridwan, Dkk. (2015). *Analisa Efas dan Ifas Pada Perusahaan Singapore Airlines*. Jakarta.
- KOOL, F. (2015). *AKUNTANSI HOTEL - Pendapatan Hotel*. fekool.blogspot.  
<https://fekool.blogspot.com/2015/03/akuntansi-hotel-pendapatan-hotel.html> (29 Desember 2021)
- Krendo, C. (2011). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Jasa Hotel*. chefkrendo-hotelier.blogspot.  
<https://chefkrendo-hotelier.blogspot.com/2011/11/strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan.html> (27 Desember 2021)
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: PT Gelora Akasara Pratama.
- Manfaat dan Keuntungan Menggunakan e-commerce*. (2016). commeta group.  
<http://commeta.co.id/manfaat-dan-keuntungan-menggunakan-e-commerce/> (16 Januari 2022)
- Merry, G. (Observasi: Pengertian, Manfaat, Jenis dan Tujuan). 2021. Indonesia: majalah pendidikan.com.  
<https://majalahpendidikan.com/observasi-pengertian-manfaat-jenis-dan-tujuan> (17 Januari 2022)
- Ni Komang Thessy Aprelia Arijesni, Dkk. (2018). *Efektivitas Penerapan E-commerce Melalui Website Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Ayodya Resort Bali*. Bali.
- Nurdininsi, A. (2019). *E-Commerce Sebagai Pengantar Media Promosi : Studi Kasus Di Hotel Dafam Rio Bandung*. Bandung.
- Pengajarku. (2018). *Hotel adalah*. Pengajarku.id.  
<https://pengajar.co.id/hotel-adalah/> (30 Desember 2021)
- Pengertian E-Commerce dan Contohnya, Komponen, Jenis, dan Manfaat E-Commerce*. (2020). cloudhost.  
<https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/> (30 Desember 2021)
- Pengertian Wawancara Menurut Para Ahli*. (2013). definisi.org.

- <http://definisi.org/pengertian-wawancara-menurut-para-ahli> (17 Januari 2022)
- Prawiro, M. (2018). *Analisis SWOT: Pengertian, Unsur-Unsur, Manfaat, Faktor, dan Contohnya*. Maxmanroe.  
<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-swot.html> (05 Desember 2022)
- Prawiro, M. (2018). *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Konsep, Fungsi dan Tujuan*. Maxmanroe.  
[https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-manajemen-pemasaran.html#3\\_william\\_j\\_stanton](https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-manajemen-pemasaran.html#3_william_j_stanton) (27 Desember 2021)
- Putra. (2020). *PENGERTIAN HOTEL: Fungsi, Jenis, Sejarah & Klasifikasi*. Purwakarta: Salamadian.  
<https://salamadian.com/pengertian-hotel/> (29 Desember 2021)
- Putra. (2020). *PENGERTIAN WEBSITE: Fungsi, Sejarah, Kegunaan, Jenis Jenis & Contoh Web*. salamadian.  
<https://salamadian.com/pengertian-website/> (01 Februari 2022)
- Putu Rian Arde Surya, Dkk. (2019). *The implementation of e-commerce dynamic rate to generate room revenue*.
- Rada. (2021). *Teknik Pengumpulan Data*. dosen pintar.  
[https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/#Menurut\\_Sugiyono\\_2016\\_193](https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/#Menurut_Sugiyono_2016_193) (17 Januari 2022).
- Riadi, M. (2020). *Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks)*. Kajian Pustaka.id.  
<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html> (05 Januari 2022)
- Siadari, C. (2018). *Pengertian Penelitian Kuantitatif Menurut Para Ahli*. kumpulan pengertian.  
<https://www.kumpulanpengertian.com/2018/11/pengertian-penelitian-kuantitatif.html> (09 Februari 2022)
- Suhartono, B. (2013). *Fungsi dan Manfaat Internet dalam Bidang Bisnis dan Perdagangan*. WordPress.  
<https://bambangsuhartono.wordpress.com/2013/02/04/fungsi-dan-manfaat-internet-dalam-bidang-bisnis-dan-perdagangan/> (29 Desember 2021)
- Syafnidawaty. (2020). *Observasi*. raharja.ac.id.  
<https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/> (17 Januari 2022)
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis. (06 Maret 2022)
- Zsazya. (2020). *Pengertian Afiliasi pada Bidang Bisnis & Perpajakan*. online pajak.  
<https://www.online-pajak.com/st/tentang-pajak-pribadi/afiliasi-adalah> (05 Februari 2022)