

SKRIPSI

**PENETAPAN HARGA UNTUK TRAVEL AGENT ONLINE
DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL
MELIA BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

NI PUTU DIAH AYU RESITA DEWI

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI
PENETAPAN HARGA UNTUK TRAVEL AGENT ONLINE
DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL
MELIA BALI



POLITEKNIK NEGERI BALI

NI PUTU DIAH AYU RESITA DEWI
NIM. 1915834136

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023

SKRIPSI

PENETAPAN HARGA UNTUK TRAVEL AGENT ONLINE DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL MELIA BALI

Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NI PUTU DIAH AYU RESITA DEWI
NIM.1915834136**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENETAPAN HARGA UNTUK TRAVEL AGENT ONLINE DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL MELIA BALI

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan Ketua Jurusan
Pariwisata Politeknik Negeri Bali Pada Hari ...

Pembimbing I,



Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M
NIP. 196212311990102001

Pembimbing II,



Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM.
NIP. 196212311990102001

JURUSAN PARIWISATA
Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali
POLITEKNIK NEGERI BALI



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., PhD
NIP. 196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

PENETAPAN HARGA UNTUK TRAVEL AGENT ONLINE DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL MELIA BALI

yang disusun oleh **Ni Putu Diah Ayu Resita Dewi (1915834136)** telah
dipertahankan dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji
pada hari Rabu, 26 Juli 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M NIP. 196212311990102001	
Anggota	Dr. I Nyoman Winia, M. Si NIP. 196206112000031001	
Anggota	Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, MM NIP. 1968001171993032001	

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali,



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



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Putu Diah Ayu Resita Dewi

NIM : 1915834136

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

“Penetapan Harga Untuk Travel Agent Online Dalam Meningkatkan Hunian Kamar”

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 31 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Ni Putu Diah Ayu Resita Dewi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan banyak nikmat sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penetapan Harga Untuk Travel Agent Online Dalam Meningkatkan Hunian Kamar di Hotel Melia Bali“ dengan baik dan selesai tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis buat dengan bersungguh-sungguh untuk memenuhi syarat menyelesaikan Gelar Sarjana Terapan pada prodi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari arahan dan bimbingan berbagai pihak. Maka dari itu, saya ucapkan rasa hormat dan terimakasih yang telah membantu dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga pembuatan penelitian, yaitu:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan masukan kepada penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata dan juga selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Jurusan Pariwisata dan telah membimbing sekaligus memberikan panduan serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan banyak pengetahuan selama perkuliahan.

8. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, dan dukungan secara finansial maupun doa.

9. Seluruh karyawan Hotel Melia Bali yang telah memberikan kesempatan, wawasan serta informasi selama penyusunan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk usulan penelitian ini agar ke depannya dapat memberikan yang lebih baik lagi.



Penulis

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Ni Putu Diah Ayu Resita Dewi

ABSTRAK

PENETAPAN HARGA UNTUK TRAVEL AGENT ONLINE DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL MELIA BALI

Dewi, Ni Putu Diah Ayu Resita Dewi. (2023). *Penetapan Harga Untuk Travel Agent Online Dalam Meningkatkan Hunian Kamar*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M, dan Pembimbing II: Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM.

Kata kunci: harga, *room night*, tingkat hunian kamar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penetapan harga *Travel Agent Online* dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali Bali dan pengaruh penetapan harga *Travel Agent Online* dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali Bali. Data diambil dengan metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka dengan teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dari data sekunder. Adapun tahapan teknik analisis data dimulai dari uji asumsi klasik, analisa regresi berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan variable harga dan *room night* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar. Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi dan determinasi, pengaruh harga kamar dan *room night* hotel di Melia Bali sangat kuat yaitu sebesar 97,4%, dan sisanya sebesar 2,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Dewi, Ni Putu Diah Ayu Resita. (2023). *Pricing For Online Travel Agent In Increasing Room Occupation*. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M, and Supervisor II: Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM.

Keywords: price, room night, room occupancy

This study aims to determine the pricing of Travel Agent Online in increasing room occupancy at the Melia Bali Bali Hotel and the effect of Online Travel Agent pricing in increasing room occupancy at the Melia Bali Bali Hotel. Data were collected by interview, observation, documentation, and literature study with the data analysis technique used, namely quantitative analysis of secondary data. As for the stages of data analysis techniques starting from the classical assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing using the SPSS 25 program. The results showed that the price and room night variables had a positive and significant effect on room occupancy rates. Meanwhile, based on the results of the analysis of the correlation coefficient and determination, the influence of room prices and room night hotels in Melia Bali is very strong, namely 97.4%, and the remaining 2.6% is influenced by other factors.

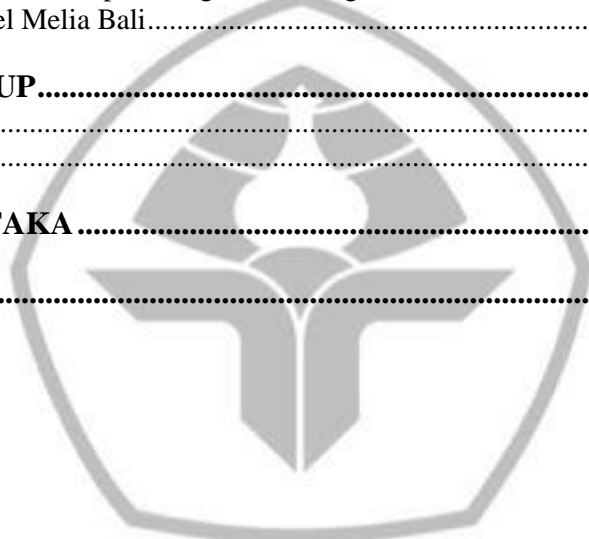


JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

COVER	i
SKRIPSI	ii
SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Hotel.....	9
2.1.3 <i>Travel Agent Online</i>	11
2.1.4 Tingkat Hunian Kamar.....	12
2.1.5 Harga	15
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	16
2.3 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Objek Penelitian.....	21

3.3 Identifikasi Variabel.....	21
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6 Penentuan Populasi dan Sampel	25
3.7 Pengumpulan Data.....	25
3.8 Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Hotel Melia Bali	33
4.1.1 Sejarah Hotel Melia Bali	33
4.1.2 Bidang Usaha Hotel Melia Bali	35
4.1.3 Fasilitas Hotel Melia Bali.....	35
4.1.4 Struktur Organisasi.....	52
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	54
4.2.1 Penetapan Harga Untuk Travel Agent Online Di Hotel Melia Bali.....	62
4.2.2 Pengaruh Penetapan Harga Travel Agent Online Dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali.....	65
BAB V PENUTUP	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Reservation Melia Bali Tahun 2019 - 2022	3
Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi	58
Tabel 4. 5 Hasil Koefisien Determinasi	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji T-Test	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji F	62



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshoot chat dari guest by Whatsapp	6
Gambar 1.2 Screenshoot chat dari guest by Whatsapp	7
Gambar 4. 1 Tipe Kamar Melia Room Garden View	36
Gambar 4. 2 Tipe Kamar Premium Room Garden View	37
Gambar 4. 3 Tipe Kamar Junior Suite	37
Gambar 4. 4 Tipe Kamar Lagoon Access Junior Suite	38
Gambar 4. 5 Tipe Kamar Family Suite	39
Gambar 4. 6 Tipe Kamar The Level Presidential Suite	41
Gambar 4. 7 The Level Garden Villa	42
Gambar 4. 8 Aktifitas Indoor	48
Gambar 4. 9 Struktur Organisasi	52
Gambar 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tabulasi Data
- Lampiran 2 Hasil Analisis Data IBM SPSS Statistics 25
- Lampiran 3 Hasil Wawancara
- Lampiran 4 Tipe Kamar Melia Room Garden View
- Lampiran 5 Tipe Kamar Premium Room Garden View
- Lampiran 6 Tipe Kamar Junior Suite
- Lampiran 7 Tipe Kamar Lagoon Access Junior Suite
- Lampiran 8 Tipe Kamar Family Suite
- Lampiran 9 Tipe Kamar The Level Presidential Suite
- Lampiran 10 Tipe Kamar The Level Garden Villa
- Lampiran 11 Aktifitas Indoor
- Lampiran 12 Struktur Organisasi



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang mendukung potensi pertumbuhan sektor yang berkelanjutan. Bali merupakan salah satu provinsi yang selama bertahun-tahun dikenal sebagai salah satu tujuan favorit wisatawan mancanegara maupun *domestic*. Untuk menunjang kepuasan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata maka kebutuhan wisatawan harus terpenuhi mulai dari akomodasi, transportasi, dan restoran. Hotel merupakan salah satu pilihan akomodasi yang dipilih oleh wisatawan, maka dari itu Bali memiliki banyak hotel mulai dari bintang 1 hingga bintang 5. (Hendriyati, 2021).

Banyak hotel – hotel berbintang di Bali berlomba – lomba untuk mencari laba setinggi – tingginya dengan mengembangkan berbagai sarana dan prasarana yang ada agar konsumen menginap atau hanya untuk menyelenggarakan *event*. Hotel berbintang di Bali tidak hanya mengandalkan pelayanan yang baik tetapi juga memberikan keistimewaan yang lain seperti fasilitas – fasilitas yang mewah hingga diskon pada *event* tertentu. Karena banyaknya hotel – hotel berbintang di Bali, hal ini menyebabkan kelebihan dalam penyediaan kamar, karena sasaran konsumen yang cenderung sama sehingga menimbulkan persaingan dalam memperoleh konsumen, sehingga banyak hotel yang melakukan berbagai strategi salah satunya memberikan *discount* (potongan harga) atau membuat *event – event* tertentu pada hari – hari *special*. Oleh karena itu, harga menjadi elemen penting dalam hal persaingan dan pemasaran. Harga menurut (Antari, 2014) adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli dan diterima oleh penjual. Harga juga merupakan salah

satu faktor penting dalam perusahaan untuk mendapatkan laba. Dengan adanya (*discount*) potongan harga yang diberikan oleh hotel diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan.

Selain harga yang diterapkan, perkembangan zaman saat inipun semakin memudahkan manusia dalam beraktivitas, kemudian menjadikan segala sesuatu menjadi lebih cepat dan memotong waktu untuk menjadi lebih pendek. Kebutuhan baru muncul di segala aspek kehidupan, salah satunya adalah kebutuhan akan kepraktisan. Hal inilah yang menjadi pesaing bisnis perhotelan berevolusi ke arah ranah digital, untuk mengembangkan pangsa pasar ke arah yang lebih luas lagi yaitu *Travel Agent Online*. *Travel Agent Online* adalah agent perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara online melalui website yang dikelola oleh *Travel Agent Online* yang mendistribusikan dan memfasilitasi pemesanan ke pihak penyedia usaha pariwisata (Kadir, 2020). Seluruh kegiatan produksinya dilakukan secara online atau *real-time*. *Travel Agent Online* sangat berperan dalam membantu penjualan kamar hotel serta berperan sebagai marketing atau pencari pasar dan berusaha menciptakan pasar dengan mengumpulkan bermacam-macam karakteristik konsumen serta *Travel Agent Online* juga berperan sebagai partner hotel dalam menganalisa pasar. Hotel yang bekerja sama dengan *Travel Agent Online* lebih leluasa untuk mengelola ketersediaan kamar, harga, serta promosi.

Hotel Melia Bali merupakan salah satu hotel bintang 5 yang terletak di kawasan wisata Nusa Dua. Hotel Melia Bali merupakan salah satu hotel yang banyak menggunakan internet sebagai perantara antara tamu dengan hotel pada bagian reservasi. Hotel Melia Bali menggunakan beberapa platform reservasi

online diantaranya bekerjasama dengan *travel agent online* seperti Expedia, Booking.com, Agoda, Traveloka, dan Tiket.com, juga menggunakan *duty mobile* reservasi berupa *WhatsApp*, serta menggunakan website dari Hotel Melia Bali dan juga situs penemuan. Hotel Melia Bali sudah menggunakan sistem *e-commerce*, namun dari segi *average room price (ARR)* per malam pada harga *Travel Agent Online* masih tergolong belum stabil. Secara umum, penjualan hotel – hotel khususnya di Asia, didorong oleh strategi pengembalian, baik dari segi hunian (*room occupancy*) maupun perolehan rata – rata tarif yang lebih tinggi, terutama dari saluran *e-commerce* harusnya dapat menjadi pendorong untuk meningkatkan pendapatan. Hotel Melia Bali juga menerapkan sistem paperless dalam melakukan reservasi yaitu melalui email dan *proforma invoice* sebagai bukti pembayaran yang dikirim melalui email serta *extranet* dari *travel agent online* itu sendiri.

Hotel Melia Bali melakukan penetapan harga pada *travel agent online* yang berubah – ubah setiap harinya berdasarkan tingkat hunian kamar. Hal itu membuat tingkat hunian kamar di Hotel Melia Bali mengalami tingkat hunian kamar yang cenderung tidak signifikan.

Table 1.1 Data Reservation Melia Bali Tahun 2019 - 2022

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

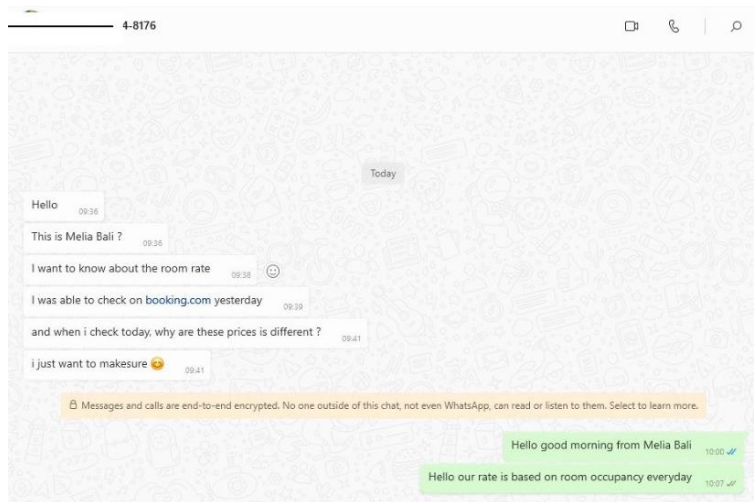
Year	Months	Room Nights	Average of OCC	R/N Online Travel Agent
2019	Jan	9561	0,340	2.712
	Feb	8899	0,310	2.554
	Mar	8953	0,360	2.667
	Apr	7684	0,300	2.476
	May	9664	0,440	3.256
	Jun	9816	0,480	3.333
	Jul	8977	0,340	2.696
	Aug	7249	0,350	2.014
	Sep	7986	0,380	2.551
	Oct	6951	0,280	2.154
	Nov	7142	0,260	2.990
	Dec	8511	0,370	3.488
2020	Jan	2621	0,290	3.710
	Feb	2116	0,220	2.855
	Mar	825	0,080	761
	Apr	517	0,050	400
	May	344	0,040	235
	Jun	453	0,030	344
	Jul	456	0,040	360
	Aug	434	0,040	378
	Sep	676	0,060	535
	Oct	567	0,060	560
	Nov	577	0,060	545
	Dec	678	0,070	645
2021	Jan	538	0,050	465
	Feb	619	0,060	534
	Mar	540	0,050	450
	Apr	718	0,070	650
	May	816	0,080	766
	Jun	888	0,080	780
	Jul	655	0,060	588
	Aug	813	0,080	765
	Sep	525	0,060	465
	Oct	755	0,080	555
	Nov	353	0,040	245
	Dec	445	0,050	354
2022	Jan	8295	0,340	1.150
	Feb	1516	0,240	1.340
	Mar	2171	0,220	1.578

Apr	2327	0,240	1.777
May	1346	0,190	1.078
Jun	2782	0,210	2.239
Jul	3757	0,280	2.867
Aug	3486	0,260	2.976
Sep	3929	0,280	3.118
Oct	2417	0,220	1.565
Nov	8210	0,350	4.350
Dec	9756	0,420	5.560

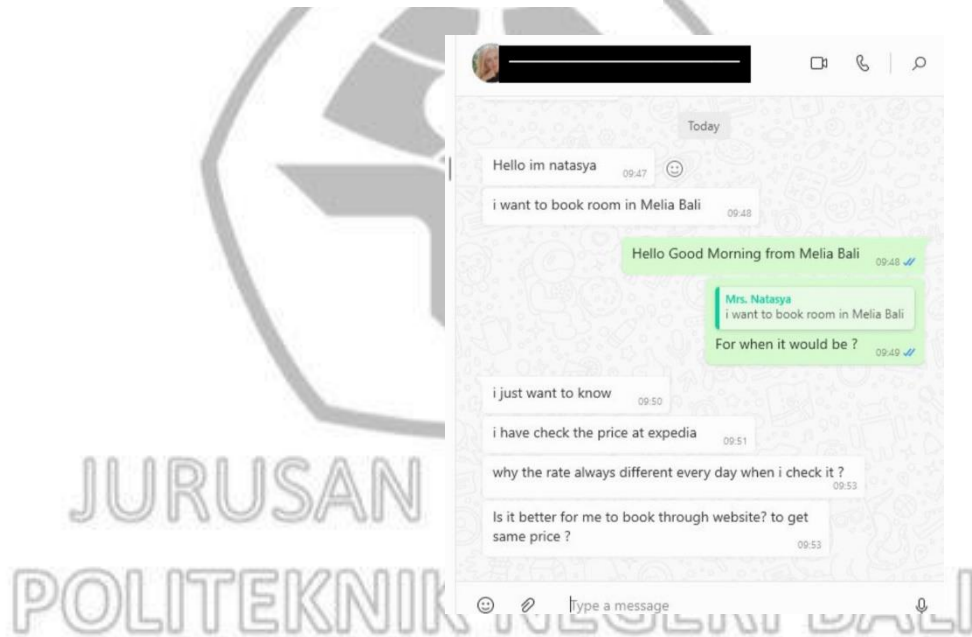
Sumber 1.1 Melia Bali

Pada tabel 1.1 dapat diketahui, bahwa harga *travel agent online* yang ditentukan oleh Hotel Melia Bali memiliki tingkat hunian kamar yang cenderung naik-turun (tidak signifikan) karena penetapan harga setiap harinya berubah – ubah berdasarkan tingkat hunian kamar per-sebelumnya. Pada tahun 2019 sampai awal bulan tahun 2020 mengalami pendapatan yang stabil dari harga yang diberikan pada *Travel Agent Online* lalu, pada akhir bulan tahun 2020 – 2021 mengalami penurunan yang sangat drastis yang disebabkan oleh pandemic Covid-19. Sehingga saat melakukan observasi, dari harga tersebut banyak *costumer* yang merasa bingung mengenai harga yang diterapkan setiap hari untuk *Travel Agent Online* dari pihak hotel. Dilihat pada gambar di bawah mengenai beberapa tanggapan oleh *costumer* mengenai harga yang diterapkan pada Hotel Melia Bali.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI



Gambar 1.1 Screenshoot chat dari guest by Whatsapp



Gambar 1.2 Screenshoot chat dari guest by Whatsapp

Berdasarkan *observasi* tersebut, *costumer* merasa bingung dengan penetapan harga yang berubah - ubah setiap harinya. Maka dari itu penulis tertarik membahas dan mengangkat penelitian ini yang berjudul “Penetapan Harga Untuk Travel Agent Online Dalam Meningkatkan Hunian Kamar di Hotel Melia Bali”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, masalah yang akan di bahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penetapan harga untuk *Travel Agent Online* di Hotel Melia Bali?
2. Bagaimanakah pengaruh penetapan harga *Travel Agent Online* dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penetapan harga kamar untuk *Travel Agent Online* di Hotel Melia Bali.
2. Untuk menganalisis pengaruh penetapan harga *Travel Agent Online* dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Mahasiswa

Sebagai edukasi dan tambahan informasi bagi mahasiswa mengenai penetapan harga *travel agent online* dalam meningkatkan hunian kamar guna menjadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya atau dalam bidang yang terkait dalam penelitian ini.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi bagi peneliti berikutnya yang hendak menganalisis masalah serupa dengan tujuan memperbaiki atau menyempurnakan kelemahan yang ada dipenelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta pertimbangan dan mampu memberikan wawasan terkait mengenai penetapan harga *travel agent online* dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini ruang lingkup dan Batasan penelitian terletak pada objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Penetapan Harga dan Tingkat Hunian Kamar. Adapun pengumpulan data hanya terbatas pada *reservation department*.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya yang berkaitan tentang penetapan harga *tavel agent online* dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Melia Bali, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu Penetapan harga yang diterapkan di Hotel Melia Bali yaitu dilakukan secara dinamis mengikuti perkembangan bisnis, tingkat hunian kamar, dan persaingan pasar. Hotel Melia Bali pertama kali bekerjasama dengan OTA yaitu pada tahun 2008. Proses pertama yang dilakukan yaitu menerima persetujuan dari perusahaan karena Hotel Melia Bali sendiri adalah jaringan hotel Internasional, sehingga seluruh kontrak dan perjanjian dilakukan di tingkat perusahaan. Travel agent online menyediakan informasi berupa informasi penerbangan, menyediakan informasi tentang lokal tertentu; agen perjalanan online, yang memungkinkan pencarian dan pemesanan tiket hotel, transportasi, dan objek wisata; aplikasi fasilitator, panduan atraksi, yang memberikan tips dan informasi perjalanan tentang atraksi tertentu seperti taman hiburan, yang menyediakan hiburan selama perjalanan. Travel agent online sangat berkontribusi pada pemesanan serta peningkatan penjualan kamar hotel. Travel agent online juga menanamkan teknologi baru di seluruh pengalaman pelanggan yakni online review dimana harapannya adalah untuk memberikan penawaran layanan yang unik dapat ditingkatkan dapat dilihat sebagai pembeda. Pengaruh kontribusi harga terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t sebesar 12,590 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf nyata α yang digunakan yaitu 0,05. Pengaruh kontribusi room night terhadap nilai

perusahaan menunjukkan nilai t sebesar 2,272 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf nyata (α) yang digunakan yaitu 0,05.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat dikemukakan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Saran Bagi Hotel

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian ini, penulis dapat memberikan saran kepada Hotel Melia Bali, di sarankan kepada Hotel Melia Bali agar memperhatikan lagi nilai kebijakan harga yang sudah ditetapkan dalam pemasaran kamar Hotel, agar tidak terlalu tinggi karena dari hasil analisis yang terlihat bahwa apabila harga diturunkan akan berpengaruh terhadap room occupancy. Hotel Melia Bali lebih memperhatikan penerapan sistem kebijakan harga jual kamar. Penetapan kebijakan harga yang dilakukan setiap harinya terkadang berubah-ubah hal ini membuat tamu merasa bingung dengan perubahan harga yang ditetapkan. Sehingga Hotel Melia Bali harus selalu melihat review dan promosi yang baik di social media untuk mencapai harga terbaik serta mendapatkan harga yang sesuai dengan tingkat hunian kamar serta menyusun kembali harga sesuai *season* yang berlaku. Selain itu tetap memperhatikan harga pada bulan-bulan yang tidak banyak hari libur seperti bulan Februari sampai dengan Mei yang cenderung mengalami penurunan *room occupancy* hotel yang lebih diterapkan lagi pada kebijakan harga atau pengolahan sistem pemberian tarif

kamar dengan mengadakan promo-promo, diskon, harga spesial untuk menarik pelanggan agar melakukan liburan atau menginap dihotel.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengacu pada hasil analisis yang menunjukkan adanya hubungan atau korelasi sedang dalam mempengaruhi kedua variabel, sehingga disarankan peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang bisa mempengaruhi penerapan penetapan harga.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Achnes, S., & Prajnagaja, T. K. (2016). Analisis Pemilihan Metode Reservasi di Hotel Mercure Batam. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(1).
- Antari, K. R. M., Dunia, K., & Indrayani, L. (2014). *Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan*. 11.
- Derianto, P. S., & Kristiutami, Y. P. (2015). Standar Operasional Prosedur Room Service Amaroossa Hotel Bandung. *Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata Dan Akomodasi*, 2(1), 5.
- Dewi, N. (2022). Strategi promosi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar pada era new normal di fivelements retreat bali: Promotional strategies to improve room occupation in the *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 01(04), 873–887.
<https://jipb.stpbipress.id/index.php/paris/article/view/65%0Ahttps://jipb.stpbipress.id/index.php/paris/article/download/65/57>
- Hendriyati, L. (2021). Pengaruh Online Travel Agent terhadap Pemesanan Kamar di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1), 1–10.
<https://doi.org/10.36276/mws.v17i1.145>
- Jatmiko, H., & Sandy, S. R. O. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Di Kota Jember. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.32528/sw.v3i1.3371>
- Kadir, P. A. (2020). Strategi Marketing melalui Online Travel Agent dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Training Center Damhil Universitas Negeri Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Budaya*, 6(2), 147.
<https://doi.org/10.32884/ideas.v6i2.276>
- Kesuma. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CKE TEKNIK SEMARANG*. 1–22.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi kedua belas, Erlangga, Jakarta*. 16(02), 1–11.
- Kusuma, R. W. (2015). *Rizal Wahyu Kusuma Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 4, 1–17.
- Pertiwi, T. (2020). *Penetapan Harga Kamar Di Travelodge Hotel*. 7, 1–10.
- Rangkuti. (2013). *SWOT-BALANCED SCORECARD* (14th ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saragih, L. S. (2019). Dampak Online Travel Agent (OTA) Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pardede Internasional Hotel Medan. *Jurnal Online Nasional*, 3(1), 48.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23th ed.). ALFABETA.

Sugiyono, (2014). (2014). Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. *Sugiyono. (2014)*.

Utami, V. K., Tanujaya, D., & Jokom, R. (2016). Analisa Faktor Yang Penting Dari Dimensi Electronic Word of Mouth (Ewom) Bagi Konsumen Dalam Memilih Hotel Di Situs Online Travel Agent (Ota). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 78–85. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.2.78-86>

Wisata, M., Krestanto, H., & Yogyakarta, A. P. (2019). *Strategi dan usaha reservasi untuk meningkatkan tingkat hunian di grand orchid hotel yogyakarta*. 17(November). <https://doi.org/10.36276/mws/v17i1>



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI