

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR DI MOVENPICK RESORT & SPA
BALI JIMBARAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

MADE ABHINAYA SATYA VIRELTA

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR DI MOVENPICK RESORT & SPA
BALI JIMBARAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**MADE ABHINAYA SATYA VIRELTA
NIM. 1915834106**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR DI MOVENPICK RESORT & SPA
BALI JIMBARAN**

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

MADE ABHINAYA SATYA VIRELTA

NIM. 1915834106

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI MOVENPICK RESORT & SPA BALI JIMBARAN

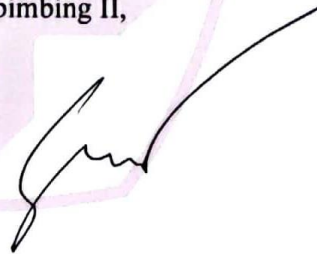
Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
Pada

Pembimbing I,



Dr. Drs. I Ketut Sutama, MA
NIP. 196312311989101001

Pembimbing II,



Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.
NIP. 198912302022031003

Mengetahui

Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali

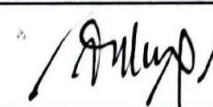
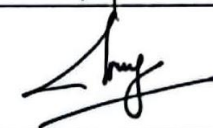



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D
NIP. 196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR DI MOVENPICK RESORT & SPA BALI JIMBARAN
yang disusun oleh **Made Abhinaya Satya Virelta (1915834106)** telah dipertahankan dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 27 Juli 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Drs. I Ketut Sutarna, MA NIP. 196312311989101001	
Anggota	Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM NIP. 198009032008122002	
Anggota	Dr. Dra. Lien Darlina, M.Hum NIP. 196612081993032001	

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 : Made Abhinaya Satya Virelta

NIM : 1915834106

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**“Implementasi *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di
Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran”**

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, 27 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

Made Abhinaya Satya Virelta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan banyak nikmat sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran“ 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.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari arahan dan bimbingan berbagai pihak. Maka dari itu, saya ucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga pembuatan skripsi, 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 yang telah memberikan panduan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Drs. I Ketut Sutarna, MA selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu membimbing atau memberi arahan, dorongan, serta nasehat kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M. 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 Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran yang telah memberikan kesempatan, wawasan serta informasi selama penyusunan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi 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

Made Abhinaya Satya Virelta

ABSTRAK

Virelta, Made Abhinaya Satya. (2023). *Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Dr. Drs. I Ketut Sutarna, MA dan Pembimbing II: Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.

Kata kunci: *E-Commerce*, *Business to Business (B2B)*, *Business to Consumer (B2C)*, Tingkat Hunian Kamar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengimplementasian *E-Commerce* di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran dan mengetahui saluran *E-Commerce* yang paling berkontribusi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran. Metode pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan menggunakan informan sejumlah satu orang. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta dengan analisis deskriptif kuantitatif berupa angka yang diolah dan disajikan dalam bentuk diagram lingkaran. Pengumpulan data menggunakan wawancara dengan *Director of Revenue* di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengimplementasian *E-Commerce* di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran ini menggunakan saluran *Business to Business (B2B)* yang bekerjasama dengan *wholesaler* dan menggunakan saluran *Business to Consumer (B2C)* yang bekerjasama dengan *online travel agent*. Hasil tingkat hunian kamar dengan *E-Commerce* ini dinilai sudah baik dengan memberikan tingkat hunian kamar yang sudah baik. Berdasarkan data tingkat hunian kamar pertahun yang diolah menggunakan *Microsoft Excel* menunjukkan hasil tingkat hunian kamar dari *E-Commerce* saluran *Business to Business (B2B)* dan *Business to Consumer (B2C)* selama periode tiga tahun terakhir. Saluran *E-Commerce Business to Business (B2B)* mendapatkan tingkat hunian kamar pada tahun 2020 sebesar 5,3%, pada tahun 2021 sebesar 7,8%, dan pada tahun 2022 sebesar 12,6%. Sedangkan, *E-Commerce* saluran *Business to Consumer (B2C)* mendapatkan hasil pada tahun 2020 sebesar 8,2%, pada tahun 2021 sebesar 13,4%, dan pada tahun 2022 sebesar 15,8%. saluran *E-Commerce Business to Consumer (B2C)* memberikan lebih banyak kontribusi dalam tingkat hunian kamar jika dibandingkan dengan *E-Commerce* saluran *Business to Business (B2B)*.

ABSTRACT

Virelta, Made Abhinaya Satya. (2023). Implementation of E-Commerce to Increase Room Occupancy Rates at Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran. Thesis: Tourism Business Management, Department of Tourism, Bali State Polytechnic.

This thesis has been approved and checked by Supervisor I: Dr. Drs. I Ketut Sutarna, MA and Supervisor II: Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.

Keywords: E-Commerce, Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C), Room Occupancy Rate

This study aims to determine the Implementation E-Commerce at Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran and know the channel E-Commerce which contributed the most to increasing room occupancy rates at Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran. The research data collection method was carried out by observation, interviews, and documentation. Determination of informants in this study using Purposive Sampling using one informant. The data analysis method used in this research is descriptive qualitative analysis in the form of data reduction, data presentation, and drawing conclusions as well as with quantitative descriptive analysis in the form of numbers which are processed and presented in the form of pie charts. Data collection using interviews with Director of Revenue at Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran. The results of this study state that Implementation E-Commerce at Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran uses channel Business to Business (B2B) that work with wholesaler and use channel Business to Consumer (B2C) that work with online travel agent. Room occupancy rate results with E-Commerce this is considered good by giving a good room occupancy rate. Based on annual room occupancy rate data processed using Microsoft Excel shows the results of the room occupancy rate of E-Commerce channel Business to Business (B2B) and Business to Consumer (B2C) over the last three year period. Channel E-Commerce Business to Business (B2B) obtained a room occupancy rate in 2020 of 5.3%, in 2021 of 7.8%, and in 2022 of 12.6%. Whereas, E-Commerce channel Business to Consumer (B2C) yields in 2020 of 8.2%, in 2021 of 13.4%, and in 2022 of 15.8%. channel E-Commerce Business to Consumer (B2C) contributed more in room occupancy rate when compared to E-Commerce channel Business to Business (B2B).

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoretis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Hotel	7
2.1.2 <i>Sales & Marketing Department</i>	8

2.1.3 Implementasi.....	10
2.1.4 Pemasaran	10
2.1.5 <i>E-Commerce</i>	11
2.1.6 Saluran <i>E-Commerce</i>	13
2.1.7 Tingkat Hunian Kamar	14
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	15
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	23
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Identifikasi Variabel	24
3.4 Definisi Operasional Variabel	24
3.5 Jenis dan Sumber Data	26
3.5.1 Jenis Data.....	26
3.5.2 Sumber Data	27
3.6 Penentuan Informan.....	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7.1 Observasi	29
3.7.2 Wawancara	29
3.7.3 Dokumentasi	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Deskriptif Kualitatif.....	30
3.8.2 Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	33
4.1.1 Sejarah Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran	33
4.1.2 Fasilitas Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.....	34
4.1.3 Struktur Organisasi.....	43
4.1.4 Job Description Sales & Marketing Department.....	43
4.2 Penyajian Hasil-hasil Penelitian	47
4.2.1 Implementasi <i>E-Commerce</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran	47
4.2.2 Pengimplementasian <i>E-Commerce</i> Saluran <i>Business to Business</i> (B2B) dan <i>Business to Consumer</i> (B2C) Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Hunian Kamar Tahun 2020 – 2022	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 3.1 Identifikasi Variabel.....	25
Tabel 4.1 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Wholesaler</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2020	52
Tabel 4.2 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Wholesaler</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2021	53
Tabel 4.3 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Wholesaler</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2022	54
Tabel 4.4 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Online Travel Agent</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2020	58
Tabel 4.5 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Online Travel Agent</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2021	59
Tabel 4.6 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Online Travel Agent</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2022	61
Tabel 4.7 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Hotel Website</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2020	64
Tabel 4.8 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Hotel Website</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2021	65
Tabel 4.9 Tingkat Hunian Kamar Melalui <i>Hotel Website</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2022	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Classic Room	35
Gambar 4.2 Classic Pool View Room.....	35
Gambar 4.3 Junior Suite.....	36
Gambar 4.4 Family Duplex Room	36
Gambar 4.5 Family Duplex Pool View Room	37
Gambar 4.6 Premium Suite	37
Gambar 4.7 Jimbaran Pool Suite.....	38
Gambar 4.8 Akasa Ballroom.....	38
Gambar 4.9 Baga Ballroom	39
Gambar 4.10 Anarasa Restaurant.....	39
Gambar 4.11 Katha Lobby Lounge & Library.....	40
Gambar 4.12 Movenpick Cafe	40
Gambar 4.13 Gejala Pool Bar.....	41
Gambar 4.14 Arkipela Spa.....	41
Gambar 4.15 Meera Kids Club	42
Gambar 4.16 Fitness Centre.....	42
Gambar 4.17 Struktur Organisasi Sales & Marketing Department.....	43
Gambar 4.18 Tingkat Hunian Kamar Melalui Wholesaler di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2020-2022	56
Gambar 4.19 Tingkat Hunian Kamar Melalui Online Travel Agent di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2020-2022.....	62
Gambar 4.20 Tingkat Hunian Kamar Melalui Hotel <i>Website</i> di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada 2020-2022	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 A Pedoman Wawancara.

Lampiran 1 B Hasil Wawancara.

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara.

Lampiran 3 Tampilan Website Hotel.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini sektor pariwisata menjadi salah satu industri terbesar di dunia, karena sektor pariwisata merupakan penyumbang yang cukup besar terhadap pendapatan terutama dalam hal perekonomian masyarakat dan negara. Indonesia memiliki berbagai macam sektor pariwisata yang sangat beragam. Dengan memiliki banyak sektor pariwisata diharapkan dapat menjadikan sebagai negara yang memiliki pariwisata terbaik (Aprilukito et al., 2017).

Pulau Bali adalah salah satu provinsi yang memiliki daya tarik tujuan wisata. Bali dikenal sebagai daerah yang memiliki keunikan yang beragam (Fajar Eka Putra & Teddy Prianthara, 2019). Sebagai daerah yang memiliki tujuan wisata, tentunya melibatkan beberapa faktor pendukung seperti akomodasi, transportasi, dan lain-lain. Hotel merupakan akomodasi yang berperan sangat penting dalam pertumbuhan pariwisata karena menyediakan pelayanan serta memiliki fasilitas yang dapat memanjakan wisatawan ketika pergi liburan. Dibandingkan dengan jenis akomodasi lainnya, hotel memiliki fasilitas yang paling lengkap untuk memenuhi keperluan bagi wisatawan (Hendriyati, 2021).

Pada saat ini banyak bermunculan keberadaan hotel dengan berbagai macam jenisnya. Dengan memiliki pertumbuhan pesat pada dunia perhotelan, menuntut para manajemen hotel dalam menentukan strategi yang sesuai untuk meningkatkan tingkat

hunian kamar dan memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan agar mendapatkan pelanggan (Mujektahit & Sari, 2021).

Kondisi yang dihadapi saat ini oleh industri perhotelan yaitu peralihan dari pemasaran *offline* berubah menjadi pemasaran *online* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Dalam situasi bisnis seperti saat ini, pemanfaatan teknologi menjadi suatu hal yang penting dalam menunjang kelancaran serta mengoptimisasi layanan dan kinerja suatu perusahaan. Di Indonesia sudah banyak hotel yang telah membawa bisnisnya kearah *digital* (Souhoka, 2020). Saat ini di dunia perhotelan sangat populer dalam menggunakan internet sebagai sarana jual beli produk maupun jasa. Menurut Strauss dan Frost (2013) dan Pranata dan Darma (2014) mendefinisikan internet adalah sebuah jaringan *global* yang di dalamnya berisi pemerintah, perusahaan maupun organisasi, dan jaringan pribadi (Fajar Eka Putra & Teddy Prianthara, 2019). Dengan adanya jaringan *global* ini maka dapat diartikan bahwa dapat melakukan komunikasi dan memberikan informasi tanpa adanya batasan jarak (Puspitasari et al., 2018). Dengan memiliki kemampuan dalam menyebarkan informasi dan dapat berkomunikasi tanpa adanya batasan jarak, menjadikan internet sebagai sumber informasi masa kini dan juga dimanfaatkan sebagai tempat untuk mengembangkan bisnis (Mariah, 2018).

Dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar, Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran menggunakan internet sebagai media promosi dan menjual produk atau jasa dengan melakukan strategi bekerjasama dengan *Travel Agent* dan *E-Commerce* sejak awal dibukanya hotel yaitu pada tahun 2017. Wong (2010) *E-Commerce* adalah sebuah sistem elektronik yang di dalamnya berisi tentang penjualan, pembelian, dan

pemasaran suatu barang maupun jasa (Fajar Eka Putra & Teddy Prianthara, 2019). Selain dijadikan sebagai sarana dalam menjual kamar, saat ini *E-Commerce* juga dapat dijadikan sebagai media promosi dalam bentuk *digital*. Penerapan *E-Commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan melakukan promosi dalam bentuk *digital*, secara tidak langsung maka Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran juga mendukung adanya *green tourism*. Dengan adanya *E-Commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan melakukan promosi maka dengan itu dapat mengurangi penggunaan kertas untuk keperluan data diri dari tamu dan juga dapat mengurangi penggunaan uang kertas karena *invoice* yang diterima oleh tamu dan juga transaksi yang dilakukan dalam bentuk digital.

Dilihat dari daya dukung dan kapasitas pada Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran dengan menerapkan *E-Commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan melakukan promosi, *Sales & Marketing Department* memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya tingkat hunian kamar melalui *E-Commerce*. Berikut ini merupakan data tingkat hunian kamar periode 2020 sampai 2022 pada Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Hunian Kamar Tahun 2020 – 2022 pada Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran

Persentase Tingkat Hunian Kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran			
	2020	2021	2022
Januari	70%	8%	30%
Februari	35%	4%	17%
Maret	20%	14%	29%

April	3%	19%	35%
Mei	2%	39%	63%
Juni	2%	59%	76%
Juli	3%	18%	71%
Agustus	8%	12%	65%
September	9%	22%	72%
Oktober	10%	51%	74%
November	11%	54%	55%
Desember	45%	77%	76%

Sumber: Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran

Berdasarkan data pada tabel 1.1, jumlah persentase tingkat hunian kamar pada Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran memiliki jumlah persentase yang berbeda pada setiap bulan. Persentase tingkat hunian kamar yang paling tinggi terjadi pada bulan Desember tahun 2021 yaitu sebanyak 77%. Persentase yang paling rendah terjadi pada bulan Mei-Juni 2020 yaitu dengan persentase sebanyak 2%. Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran memiliki standarisasi persentase tingkat hunian kamar dikatakan tinggi diatas 80% dan persentase tingkat hunian kamar dikatakan rendah dibawah 55%. Dengan memiliki persentase tingkat hunian kamar yang berfluktuasi pada setiap bulannya bisa saja disebabkan oleh berbagai macam faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar adalah pemasaran dari *E-Commerce*.

Dengan menerapkan *E-Commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan melakukan promosi yaitu sejak awal dibukanya hotel yaitu pada tahun 2017, Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran tentunya memiliki harapan bahwa tingkat hunian kamar di setiap bulannya mengalami pertumbuhan. Namun kenyataannya tingkat hunian kamar yang terjadi masih berfluktuasi. Maka dengan demikian, *Sales &*

Marketing Department pada Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran perlu melakukan analisis mengenai implementasi dari *E-Commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan melakukan promosi ini. Analisis implementasi *E-Commerce* ini perlu dilakukan agar dapat mengetahui mengenai kontribusi dalam meningkatkan tingkat hunian kamar dan juga agar mengetahui bagaimana kekurangannya selama ini serta dapat mencari solusi agar mengetahui bagaimana cara dengan mengimplementasikan *E-Commerce* ini dapat berkontribusi yang lebih banyak lagi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar sehingga *revenue* hotel juga dapat meningkat. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **Implementasi *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Implementasi *E-Commerce* di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran?
2. Saluran *E-Commerce* manakah yang paling berkontribusi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi *E-Commerce* di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.
2. Untuk menganalisis saluran *E-Commerce* yang paling berkontribusi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Untuk menambah pengetahuan dan mengetahui tentang pengimplementasian *E-Commerce* di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengimplementasian *E-Commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran pada departemen *Sales & Marketing* dalam pertimbangan dan evaluasi implementasian *E-Commerce* dengan tujuan meningkatkan tingkat hunian kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hasil pembahasan dengan judul “Implementasi *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran” yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran mengimplementasikan *E-Commerce* sebagai media promosi dan media dalam untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Saluran *E-Commerce* yang digunakan yaitu Business to Business (B2B) dan Business to Consumer (B2C). Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran menerapkan *E-Commerce* saluran *Business to Business* (B2B) ini melakukan kerjasama dengan *wholesaler* dan untuk *E-Commerce* saluran *Business to Consumer* (B2C) melakukan kerjasama dengan *online travel agent*. Dengan menerapkan *E-Commerce* sebagai media dalam meningkatkan tingkat hunian kamar dan media promosi telah memberikan dampak yang bagus karena telah sesuai dengan target yang dimiliki Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran.

Saluran *E-Commerce Business to Business* (B2B) mendapatkan tingkat hunian kamar pada tahun 2020 sebesar 5,3%, pada tahun 2021 sebesar 7,8%, dan pada tahun 2022 sebesar 12,6%. Sedangkan, *E-Commerce* saluran *Business to Consumer* (B2C)

mendapatkan hasil pada tahun 2020 sebesar 8,2%, pada tahun 2021 sebesar 13,4%, dan pada tahun 2022 sebesar 15,8%. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa total tingkat hunian kamar yang dihasilkan oleh *E-Commerce* saluran *Business to Consumer* (B2C) lebih tinggi dibandingkan total tingkat hunian kamar yang dihasilkan oleh *E-Commerce* saluran *Business to Business* (B2B).

5.2 Saran

Sesuai dengan hasil penelitian penulis bermaksud memberikan saran, sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak Movenpick Resort & Spa Bali Jimbaran lebih banyak mengikuti *campaign* dan membuat *special offer* untuk *wholesaler* dan *online travel agent* sehingga dapat meningkatkan tingkat hunian kamar.
2. Menjaga hubungan yang baik dengan pihak *wholesaler* dan *online travel agent* agar selalu dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap tingkat hunian kamar. Selain itu, memberikan kontrak dengan harga kamar yang spesial sebagai bentuk apresiasi karena sudah memberikan kontribusi yang baik dalam meningkatkan tingkat hunian kamar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Anjani, J., Kiswantoro, A., Damiasih, D., Susanto, D. R., & Maulana, R. (2023). Strategi Sales Admin dalam Mengelola Event Pesparawi Jambi di Gallery Prawirotaman Hotel Yogyakarta. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(1), 65. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1233>
- Aprilukito, J., Simatupang, V., & ... (2017). Kegiatan Sales Call dalam Penjualan Kamar di Grand Hotel Lembang. *Barista: Jurnal Kajian ...*, 4(4).
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*.
- Fajar Eka Putra, I. B., & Teddy Prianthara, I. B. (2019). Strategi Bisnis E-Commerce Dalam Optimalisasi Tingkat Hunian Kamar Hotel Dan Villa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 28. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2017>
- Hadi, H., & Kasmita, K. (2021). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Tingkat Hunian Kamar Hotel di Kota Payakumbuh. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(3), 234–242. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i3.42572>
- Helmina, B. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di Ud. Istana Alumunium Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 217–224. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2073/1646>
- 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>
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Khairuzzaman, M. Q. (2016). *ANALISIS PENERAPAN KEBIJAKAN HARGA UNTUK MENINGKATKAN ROOM OCCUPANCY MELALUI SUMBER BISNIS ONLINE TRAVEL AGENT PADA INNA SIMPANG HOTEL KOTA SURABAYA*. 4(1), 64–75.
- Krisnaldy, K., & Deliana, M. (2018). Analisis Rasio Keuangan Apbd Provinsi Dki

Jakarta. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(3), 49. <https://doi.org/10.32493/jk.v6i3.y2018.p49-58>

Mariah. (2018). Pengaruh Penerapan Sistem E-Commerce Terhadap Penjualan Jasa pada Hotel Tiatira Kencana Makassar. *Dosen STIE Nobel Indonesia Makassar*, 7, 311–323.

Mujektahit, M., & Sari, R. R. N. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Hotel Grand Surya Kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7, 175–187.

Puspitasari, N. B., P, S. N. W., Amyhorsea, D. N., & Susanty, A. (2018). *Consumer 's Buying Decision -Making Process in E-Commerce*. 11003(September 2016), 1–6.

Sari, N. M. R. W., Triyuni, N. N., Sari, I. G. A. M. K. K., & Bali, P. N. (2021). *Efektivitas Promosi Ota Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Wapa Di Ume Resort*. 7, 111–118.

Souhoka, S. (2020). *PENGARUH PENERAPAN SISTEM E-COMMERCE TERHADAP PENJUALAN JASA PADA MANISE HOTEL KOTA AMBON*. XIV, 252–266.

Susanti, Y. A., & Oktafia, R. (2020). Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 5(2), 104–116.

Widana, I. P. S. P. (2022). *Penjualan Kamar Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Hotel Sheraton Bali Kuta*. 01(02), 349–360.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI