

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING
DALAM MENINGKATKAN ROOM REVENUE
PADA HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Dewa Gede Alit Bayu Permana

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING
DALAM MENINGKATKAN ROOM REVENUE
PADA HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Dewa Gede Alit Bayu Permana
NIM 1915834137**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING DALAM MENINGKATKAN ROOM REVENUE PADA HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

**DEWA GEDE ALIT BAYU PERMA
NIM 1915834137**

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING DALAM
MENINGKATKAN ROOM REVENUE PADA HOTEL
NIKKO BALI BENOA BEACH**

Skripsi ini telah di setujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada hari Rabu Tanggal 28 Juli 2023

Pembimbing 1,

Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par.
NIP 195809231990122001

Pembimbing 2,

Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par
NIP 196211251990032001

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING DALAM MENINGKATKAN ROOM REVENUE PADA HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH

yang disusun oleh **Dewa Gede Alit Bayu Permana (1915834137)** telah dipertahankan dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji

pada hari Rabu tanggal 28 Juli 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par. NIP. 195809231990122001	
Anggota	Ni Putu Lianda Ayu Puspita, SE., M.Tr.Par. NIP. 0008089105	
Anggota	Putu Virgananta Nugraha, S.TI., M.Eng. NIP. 199309052022031009	

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

HALAMAN PENYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewa Gede Alit Bayu Permana
NIM : 1915834137
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**“Implementasi Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada
Hotel Nikko Bali Benoa Beach”**

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, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Dewa Gede Alit Bayu Permana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul “Analisis *Dynamic Pricing* Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach” sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana terapan program studi manajemen bisnis pariwisata jurusan pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi penelitian ini. Melalui kesempatan ini perkenalkan penulis untuk menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah membantu penulis, yaitu:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan pada kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D., selaku Ketua Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan skripsi penelitian ini.
3. Dr. Drs. Gede Ginaya, M. Si., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah membantu memberikan masukan dan kelancaran bagi penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan begitu banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi penelitian ini.
5. Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par., selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan demi kelancaran penyusunan skripsi penelitian serta memberikan arahan, dan motivasi bagi penulis.

6. Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par, selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan demi kelancaran penyusunan skripsi penelitian serta memberikan arahan, dan motivasi bagi penulis.
7. Bapak Takashi Hoshino selaku *General Manager* Hotel Nikko Bali Benoa Beach yang telah memberikan motivasi selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
8. *Manager, supervisor, staff* dan teman-teman *trainee* Hotel Nikko Bali Benoa Beach yang banyak membantu dan membimbing selama melakukan Praktik Kerja Lapangan.
9. Seluruh keluarga yang telah memberikan biaya, dukungan semangat dan doa kepada penulis dalam penyusunan laporan ini.
10. Rekan-rekan kelas VII E MBP Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah membantu dan memberikan saran dan masukan selama penulis menyusun laporan ini.
11. Seluruh teman-teman penulis, yang selalu membantu memberikan masukan dan solusi untuk masalah yang dihadapi penulis dalam penyusunan skripsi penelitian.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi penelitian serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Penulis

Dewa Gede Alit Bayu Permana

ABSTRAK

Peermana, Dewa Gede Alit Bayu. (2023). *Implemtasi Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M. Par dan Pembimbing II: Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par

Keywords: *dynamic pricing* merupakan atribut dalam meningkatkan room revenue.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan mengidentifikasi penerapan metode *dynamic pricing* untuk meningkatkan room revenue di Hotel Nikko Bali Benoa Beach dengan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif, analisis reduksi data, penyajian data, dan simpulan. Metode analisis data adalah deskriptif kualitatif, Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan observasi, informan, wawancara terstruktur, traingulasi, kepustakaan, dan dokumentasi. Teknik wawancara melalui informan dengan jumlah terdiri dari 3 orang yang berasal dari departemen Sales and Marketing. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa, Hotel Nikko Bali Benoa Beach menggunakan penerapan *dynamic pricing* sebagai metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan *room revenue* dengan mencari pasar baru, memperluas pangsa pasar dan bersaing dengan competitor serta menjadi atribut untuk menarik konsumen yang sudah diterapkan dengan memberikan harga yang dinamis pada musim tertentu. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penerapan *dynamic pricing* menjadi hal yang sangat penting dan telah dijalankan dengan baik oleh *team sales & marketing* di Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Dimana menggunakan metode *dynamic pricing* sebagai penjualan kepada konsumen yang menjadi faktor utama untuk meningkatkan *room revenue* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach

ABSTRACT

Permana, Dewa Gede Alit Bayu. (2023). Implementation Dynamic Pricing to Increase Room Revenue At Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M. Par and Superior II: Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M. Par.

Keywords: Dynamic pricing is attribute to increase room revenue

This study aims to determine the variables that become the strengths, weaknesses, opportunities, and identify the application of the method dynamic pricing to increase room revenue at Hotel Nikko Bali Benoa Beach by using descriptive qualitative data analysis, data reduction analysis, data presentation, Conclusion. The method of data analysis is descriptive qualitative. Sampling in this study uses observation, informants, structured interviews, training, bibliography and documentation. Interview techniques through informants with a total of 3 people from the Sales and Marketing department. The results of this analysis indicate that, Hotel Nikko Bali Benoa Beach uses the application dynamic pricing as a method that can be used to improve room revenue by seeking new markets, expanding market share and competing with competitors as well as being an attribute to attract existing customers by providing dynamic prices in certain seasons. The results of this study state that the implementation dynamic pricing become a very important matter and has been carried out well by team sales & marketing at the Nikko Bali Benoa Beach Hotel. Where to use the method dynamic pricing as sales to consumers who became the main factor to increase room revenue at the Hotel Nikko Bali Benoa Beach.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Hotel	11
2.1.2 Implementasi.....	13
2.1.3 Efisien	13
2.1.4 Dynamic Pricing	14
2.1.5 Room Revenue.....	15
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi Penelitian.....	21
3.2 Objek Penelitian.....	22
3.3 Identifikasi Variable	22
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	23
3.5.1 Jenis Data.....	23
3.5.2 Sumber Data	24
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6.1 Observasi	25

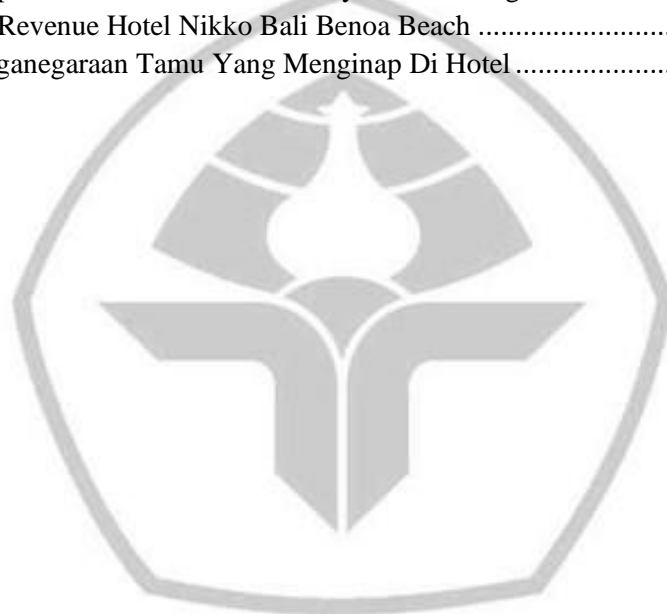
3.6.2	Informan	25
3.6.3	Wawancara Semi Terstruktur.....	26
3.6.4	Triangulasi	27
3.7	Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1	Teknik analisis data deskriptif kualitatif.	27
BAB IV PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	29
4.1.1	Sejarah Hotel Nikko Bali Benoa Beach	29
4.1.2	Bidang Usaha & Fasilitas Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	30
4.1.3	Fasilitas Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	30
4.1.4	Struktur Organisasi Sales & Marketing Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	44
4.2	Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	61
4.2.1	Penerapan Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	61
4.2.2	Upaya Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach Dalam Era Persaingan Yang Ketat	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		<u>89</u>



 JURUSAN PARIWISATA
 POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Room Revenue Perbulan Pada Tahun 2022.....	4
Tabel 3.1 Defini Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Jumlah Kamar Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	36
Tabel 4.2 Room Revenue Hotel Nikko Bali Benoa Beach Tahun 2022.....	63
Tabel 4.3 Dynamic Pricing.....	64
Tabel 4.4 Penerapan Dynamic Pricing Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach	66
Tabel 4.5 Jenis Platform Booking Hotel Nikko Bali Benoa Beach Tahun 2022.....	70
Tabel 4.6 Penerapan Room Revenue Dalam Dynamic Pricing.....	73
Tabel 4.7 Room Revenue Hotel Nikko Bali Benoa Beach	76
Tabel 4.8 Kewarganegaraan Tamu Yang Menginap Di Hotel	77



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Kamar Deluxe Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	31
Gambar 4.2	Kamar Deluxe Garden Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach	31
Gambar 4.3	Kamar Deluxe Ocean Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach	32
Gambar 4.4	Kamar Deluxe Family Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach	33
Gambar 4.5	Kamar Ocean View Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach	33
Gambar 4.6	Kamar Ocean View Suite Premier Hotel Nikko Bali Benoa Beach	34
Gambar 4.7	Kamar Family Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach	35
Gambar 4.8	Kamar Ocean Front Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach	35
Gambar 4.9	Kamar Oceanfront Rooftop Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach	36
Gambar 4.10	Restaurant Nagisa Izakaya Dining Experience Hotel Nikko Bali Benoa Beach	38
Gambar 4.11	Restaurant Giorgio Italia Ristorante Pizzeria Hotel Nikko Bali Benoa Beach	38
Gambar 4.12	Aloha bar Hotel Nikko Bali Benoa Beach	39
Gambar 4.13	Grand Benoa Resto Hotel Nikko Bali Benoa Beach	39
Gambar 4.14	Restaurant Bali Luna Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	40
Gambar 4.15	By the C Beachside Bar Hotel Nikko Bali Benoa Beach	40
Gambar 4.16	Samudra Lounge Hotel Nikko Bali Benoa Beach	41
Gambar 4.17	Mandalika Meeting Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	41
Gambar 4.18	Winangsia Meeting Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	41
Gambar 4.19	Penida Meeting Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	42
Gambar 4.20	The Spa Hotel Nikko Bali Benoa Beach	42
Gambar 4.21	Organization Chart Sales & Marketing Hotel Nikko Bali Benoa Beach	45
Gambar 4.22	Harga Kamar Melalui Website Hotel	69
Gambar 4.23	Harga Kamar Melalui Website Hotel	69
Gambar 4.24	Indikasi Peningkatan Peminatan Pembelian	79
Gambar 4.25	Indikasi Peningkatan Peminatan Pembelian	80
Gambar 4.26	Indikasi Peningkatan Peminatan Pembelian	80
Gambar 4.27	Kuadran Dynamic Pricing	81

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4 Peningkatan Penjualan Kamar



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki daya tarik wisata yang terkenal dengan keindahan budaya dan alam serta mampu menarik para wisatawan untuk menghabiskan waktu liburan di Bali. Bali juga merupakan salah satu provinsi destinasi favorit utama. Memiliki 116 desa wisata, desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara peertunjukan (atraksi) yang menarik wisatawan, serta didukung dengan akomadasi dan fasilitas pendukung pariwisata yang diberikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang meyatu dengan tata cara dan tradiasi yang berlaku dimasyarakat (Tourism & Bali, 2021).

Industri jasa, khususnya sektor pariwisata telah memberikan banyak kontribusi dan peran strategis dalam peningkatan ekonomi nasional dan local serta dapat meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat. Industri Pariwisata mebukakan peluang dapat dilakukan pengembangan dimasing masing wilayah di suatu destinasi. Pengembang wisata selain mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kontribusi penyumbang devisa negara melalui perannya dalam pengembangan bisnis ekonomi kreatif.

Bangkitnya ekonomi kreatif berdampak bagi produk lokal, berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat lokal, karena menciptakan lapangan kerja. Memberdayakan peran sosial, budaya, dan lingkungan dalam pelestarian sumber daya

serta budaya demi kelangsungan industri pariwisata. (Rahma, 2020). Digalakkannya ekonomi kreatif dapat mengurangi urbanisasi, urbanisasi pada umumnya telah dipahami secara sebagai perpindahan penduduk dari desa ke kota meskipun sesungguhnya urbanisasi berarti persentase penduduk yang tinggal di daerah perkotaan, sedangkan perpindahan penduduk dari desa ke kota hanya salah satu penyebab proses urbanisasi. (Sembiring & Bangun, 2021).

Perkembangan industri di era modern ini membawa arus perekonomian suatu negara menjadi meningkat tiap tahunnya. Hal ini dapat terjadi karena adanya beberapa faktor pengaruh, salah satunya yaitu banyaknya jumlah bisnis perhotelan yang terus berkembang dari tahun ke tahun.

Perkembangan bisnis perhotelan ini didukung dengan adanya banyak orang yang suka melakukan perjalanan individu maupun kelompok dengan maksud dan tujuan yang sama seperti wisata ataupun urusan bisnis.

Hotel mulai diketahui dengan adanya kebutuhan wisatawan untuk menginap di suatu tempat pada periode tertentu sehingga menimbulkan usaha penyewaan kamar bagi orang yang melakukan perjalanan.

Hotel merupakan jenis bisnis akomodasi sebagai usaha penyewaan ruangan sebagian dari rumahnya kepada seseorang yang membutuhkan kamar penginapan sesuai dengan kebutuhan masing – masing (Erwin & Boham, n.d.).

Banyak orang menghabiskan liburan panjang dengan menginap di hotel-hotel yang terletak dekat dengan kawasan wisata guna menikmati liburannya. Disisi lain dengan adanya banyak tempat wisata dengan fasilitas penginapan dapat menambah

jumlah pengunjung dan juga dapat menambah jumlah bisnis perhotelan yang ada di sekitarnya. Jumlah bisnis perhotelan di Bali dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan memiliki persaingan yang ketat. Penetapan harga peak season mengacu pada saat musim permintaan tinggi, seperti tahun baru, dan natal, dengan memberikan harga sewa kamar lebih tinggi dibandingkan dengan harga pada hari-hari biasa (harga normal). Hotel Nikko Bali Benoa Beach menetapkan bulan Juli, dan Agustus sebagai *high season*, dan menetapkan bulan Desember sampai dengan Januari, sebagai *peak season*.

Dewasa ini bisnis perhotelan dituntut untuk menyediakan kamar hotel yang lebih berkualitas dengan harga yang seusai. Selain melakukan perbaikan dalam segi kualitas jasanya, perusahaan akomodasi penginapan juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang berkaitan dengan harga dari jasa tersebut.

Peran negosiasi antar pihak hotel dan konsumen, tidak lepas dari perhitungan harga jual kamar yang sudah disepakati. Sehingga penetapan harga kamar perlu menjadi bahan pertimbangan *revenue manager*. Selain penentuan harga kamar banyak faktor pada lingkungan bisnis perhotelan yang perlu dikaji dengan penggunaan strategi harga yang kompetitif.

Harga pada lingkungan sekitar juga bisa menjadi persaingan utama antara hotel a dengan hotel b, Hotel Nikko Bali Benoa Beach memiliki persaingan beberapa hotel yaitu Holiday Inn Resort Bali Benoa, Peninsula Beach Resort, dan Ibis Style dengan klasifikasi dan fasilitas mirip dengan Hotel Nikko Bali Benoa Beach dengan pasaran Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 1.500.000 dengan tipe standar room.

Hotel Nikko Bali Benoa Beach juga memiliki target revenue sehingga akan dilakukan berbagai cara untuk mencapai target yang ditentukan sebelumnya. Berikut merupakan tingkat room revenue enam bulan 2022 terakhir di Hotel Nikko Bali Benoa Beach yang dijabarkan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Tingkat Room Revenue Perbulan Pada Tahun 2022

No	Bulan	Room Occupancy	Room Revenue	Budget Revenue	Target Revenue
1	Januari	5,63%	-40%	25%	40%
2	Februari	5,38%	-68%	25%	40%
3	Maret	10,83%	-5%	25%	40%
4	April	8,00%	-19%	25%	40%
5	Mei	31,91%	28,80%	25%	40%
6	Juni	26,77%	22,10%	25%	40%
7	Juli	37,08%	46,30%	25%	40%
8	Agustus	38,32%	43,60%	25%	40%
9	September	36,22%	33,80%	25%	40%
10	October	29,63%	33,20%	25%	40%
11	November	39,82%	67,00%	25%	40%
12	Desember	54,87%	88,30%	25%	40%

Sumber: Data Hotel Nikko Bali Benoa Beach.

Berdasarkan Tabel 1.1 terkait dengan tingkat room revenue di Hotel Nikko Bali Benoa Beach selama enam bulan terakhir pada tahun 2022 mengalami kenaikan dan penurunan.

Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan kamar yaitu menetapkan harga kamar yang optimal dengan mempertimbangkan faktor – faktor yang tepat terkait penentuan harga sewa kamar. Era globalisasi seperti saat ini

membuat persaingan kompetitif dalam dunia bisnis hotel semakin ketat sehingga memerlukan strategi pemasaran yang tepat (Indrawati, 2020).

Untuk mengembangkan perusahaan dan dapat bertahan maka dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang baik untuk mengelola perusahaan (Annisa *et al.*, 2021).

Lingkungan organisasi yang menyenangkan sangat penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga lingkungan organisasi dikatakan baik apabila ketika karyawan dapat memberikan kontribusi yang besar kepada perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kemajuan perusahaan (Ronal & Hotlin, 2019).

Strategi pemasaran merupakan upaya secara keseluruhan untuk meningkatkan ketertarikan pada pasar dengan harga yang bersaing, sehingga perusahaan siap untuk memulai perencanaan, menggunakan salah satu pemasaran strategis. Pemasaran strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya sesuai pada sasaran pasar, dengan menggunakan *marketing mix* yaitu, *product, price, place, promotion*. *Marketing mix* merupakan alat strategis untuk membangun persaingan yang kuat pada sasaran pasar (Kotler, Philip & Amstrong, 2016).

Pemasaran melibatkan konsumen dan mengelola hubungan konsumen yang menguntungkan satu sama lain dan bisa menciptakan nilai bagi konsumen. Untuk menangkap nilai dari konsumen, tentunya perlu melakukan diskusi dan memahami kebutuhan konsumen dengan merancang strategi pemasaran berbasis kepuasan

konsumen dan program pemasaran strategis yang nantinya akan menguntungkan pihak konsumen, dan perusahaan.

Didasarkan pada pemasaran yang berfokus pada konsumen dan mencapai keuntungan bagi hotel, dengan memanfaatkan lokasi Hotel Nikko Bali Benoa Beach yang memiliki lokasi strategis untuk mendapatkan *view* langsung ke pantai. Melalui *view* pantai yang indah akan berhasil, dan terus menciptakan konsumen dengan menawarkan kombinasi produk yang baru dengan baik, layanan, informasi, dan mendapatkan pengalaman yang baik bagi konsumen.

Disisi lain penetapan harga harus sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan agar wisatawan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk wisata yang dijual dengan hal tersebut dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Identifikasi adalah akar penyebab dari biaya ketidakpastian, kebanyakan *literature* hanya melihat biaya ketidakpastian itu pada industri manufaktur, sementara untuk sektor jasa cenderung diabaikan. Selanjutnya dalam penelitian ini akan diselidiki bagaimana biaya ketidakpastian dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga penyedia jasa dengan menghindari resiko dalam memberikan pelayanan (Oh *et al.*, 2016). Penetapan harga terhadap produk tidak menjamin minat konsumen untuk mengambil keputusan membeli suatu produk (Bintarti & Kurniawan, 2017).

Dynamic Pricing sangat diperlukan ketika perusahaan akan menentukan harga kamar yang akan dipasarkan. Misalnya, harga untuk sebuah kamar hotel yang ditawarkan untuk individu akan lebih mahal jika dibandingkan dengan harga sebuah kamar hotel yang ditawarkan untuk group. Dimana penentuan harga jual harga kamar

tersebut melibatkan berbagai macam faktor baik internal maupun eksternal. *Yield management* juga berperan terhadap *dynamic pricing*, menurut (Kimes, 2014) *yield management* merupakan proses pengelokasian harga yang tepat untuk customer dengan harga sesuai dengan musim tertentu dan bisa memaksimalkan *room revenue*.

Harga merupakan salah satu kegiatan pemasaran utama dalam bisnis perhotelan. Dimana harga dapat mempengaruhi permintaan. Jika permintaan meningkat dan *supply* tetap tidak berubah maka mengarahkan untuk menaikkan harga kamar, jika permintaan menurun dan *supply* tetap tidak berubah, maka hal tersebut mengarah untuk menurunkan harga kamar. Jadi, dibandingkan dengan tarif penuh, tarif yang lebih rendah (diskon harga) dapat menyebabkan permintaan dan total pendapatan lebih tinggi selama musim permintaan rendah. Untuk musim permintaan tinggi, pihak perhotelan hanya akan menyediakan tarif kamar penuh untuk kelompok dalam memaksimalkan pendapatannya.

Dynamic pricing pada beberapa strategi pemasaran terdapat beberapa penelitian yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, seperti pengembangan model *dynamic pricing* disektor bisnis perhotelan (Fadly *et al.*, 2019) dan penjualan item perjalanan online (Shadiqurrachman *et al.*, 2019). Strategi ini terutama digunakan sehubungan dengan e-commerce, pemesanan dan manajemen permintaan. *Dynamic pricing* ini berdampak pada optimalisasi penjualan produk dan jasa dalam sebuah lingkungan dimana harga dapat dengan mudah disesuaikan. Sehubungan dengan harga dinamis untuk layanan, ada studi tentang peningkatan penentuan yang tepat harga melalui strategi harga (Qiu *et al.*, 2018).

Menurut (Mak *et al.*, 2018) relatif mudah untuk menerapkan strategi penetapan *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* karena kemudahan akses ke data konsumen. Bersama dengan informasi jumlah tamu berkunjung pada setiap tahun yang terperinci, *platform* kemudian dapat melakukannya simulasi transaksi langsung untuk menerapkan penetapan *dynamic pricing* secara individual untuk masing-masing kesepakatan. Teori pasar yang efisien membenarkan strategi penetapan *dynamic pricing* karena berfungsi secara efisien menyeimbangkan penawaran dan permintaan secara langsung (Wang *et al.*, 2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, penulis tertarik untuk mengangkat judul “Implementasi Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* bagi Hotel Nikko Bali Benoa Beach?
2. Bagaimana upaya *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach dalam era persaingan yang ketat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas. Maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* bagi Hotel Nikko Bali Benoa Beach.
2. Untuk mengetahui upaya peningkatan *room revenue* melalui *dynamic pricing* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach dalam era persaingan yang ketat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini berguna untuk mengilustrasi upaya upaya peningkatan *room revenue* melalui *dynamic pricing* mencakup 3 dimensi yaitu *peak pricing, segmented pricing, time-based pricing*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang dapat dilihat dari beberapa pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta wawasan bagi penulis, serta dapat mengimplementasi *dynamic pricing* sebagai peningkatan *room revenue* serta menjadi pengalaman peneliti dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh di kampus selama perkuliahan.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi terhadap penelitian selanjutnya.

3. Bagi Hotel Nikko Bali Benoa Beach

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi tambahan dan masukan yang objektif serta dapat menjadi bahan masukan mengenai penerapan *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* pada hotel.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, pengambilan data dilakukan di Hotel Nikko Bali Benoa Beach yang berlokasi di Jl. Pratama No.68X, Tanjung Benoa, Nusa Dua 80363, Bali - Indonesia. Obyek penelitian ini meliputi implementasi *dynamic pricing* untuk meningkatkan *room revenue* kamar di Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Dengan dimensi *Dynamic Pricing* yaitu *Peak Pricing*, *Segmented Pricing*, *Time Based Pricing*, *Condition* dan *Room Revenue* dengan dimensi Jumlah Kamar, Harga Kamar, dan Biaya Promosi. Untuk pembahasan lebih rinci pada Bab 3 dan 4.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* maka dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu penerapan *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* sudah dilaksanakan, dan terbukti berhasil dalam penerapannya. Implementasi *dynamic pricing* dalam melakukan penjualan sehingga meningkatkan *room revenue* dan membuat atribut baru untuk menarik konsumen yang dilakukan yaitu menggunakan metode *dynamic pricing* dalam melakukan penjualan terhadap konsumen baik itu melalui *offline* atau *online*. Penjualan dengan penerapan *dynamic pricing* yang dilakukan oleh Hotel Nikko Bali Benoa Beach sudah terbukti bahwa meningkatkan *room revenue*, dan meningkatkan peningkatan permintaan konsumen, karena menggunakan berbagai promosi. Jenis promosi ini memiliki indikator pendukung yaitu *peak pricing*, *segmented pricing*, *time-based pricing*, jumlah kamar, harga kamar, dan biaya promosi. Dimana dalam berbagai penerapan yang dilakukan ini sesuai dengan kebutuhan dalam meningkatkan *room revenue*.
2. Penerapan *dynamic pricing* yang digunakan pada *team sales & marketing* di Hotel Nikko Bali Benoa Beach sudah memenuhi syarat untuk mendukung peningkatan

room revenue dimana upaya yang dilakukan oleh *team sales & marketing* melalui *dynamic pricing* akan memberi atribut dalam penerikan terhadap konsumen, maka selain itu faktor pendukung dari *dynamic pricing* perlu ada penawaran harga kamar beserta dengan promosi, jumlah kamar yang akan dibeli, serta biaya promosi yang akan dikeluarkan, akan menjadi upaya dalam menarik konsumen, sehingga akan meningkatkan *room revenue*, serta bisa bersaing dengan kompetitor di era persaingan yang ketat.

5.2 Saran

Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka ada beberap hal yang perlu disarankan pada pihak Hotel Nikko Bali Benoa Beach Bali berkaitan dengan persaingan competitor dan peluang yang ada agar dapat melakukan perbaikan kedepannya.

Pada situasi saat ini pihak manajemen Hotel Nikko Bali Benoa Beach bisa membaca peluang pasar agar senantiasa dapat bersaing dengan competitor hingga bisa memaksimalkan peningkatan *room revenue*, diperlukan juga komunikasi yang baik kepada semua team penjualan yang ada di hotel agar bisa menerapkan penjualan dengan metode *dynamic pricing*. Pihak manajemen juga perlu mencantumkan indikator sebagai atribut ketertarikan untuk mamaksimalkan pengenalan produk kamar hotel sehingga akan menarik ketertarikan terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik). *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303.
- Annisa, S., Rizal, M., & Herawaty, T. (2021). Studi Literatur: Implementasi Good Corporate Governance Pada Bisnis Keluarga. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 72–83. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3206>
- Bachri, B. S. (2012). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Banerjee, S., Johari, R., & Riquelme, C. (2015). *Pricing in Ride-Sharing Platforms*. 15(1), 639–639. <https://doi.org/10.1145/2764468.2764527>
- Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2017). A study of revisit intention: Experiential quality and image of Muara Beting tourism site in Bekasi District. *European Research Studies Journal*, 20(2), 521–537. <https://doi.org/10.35808/ersj/657>
- Erwin, C., & Boham, J. (n.d.). *A K OMOD ASI PERHO TEL AN*.
- Fadly, M., Ridwan, A. Y., & Deni Akbar, M. (2019). Hotel room price determination based on dynamic pricing model using nonlinear programming method to maximize revenue. *Proceedings of ICAITI 2019 - 2nd International Conference on Applied Information Technology and Innovation: Exploring the Future Technology of Applied Information Technology and Innovation*, 190–196. <https://doi.org/10.1109/ICAITI48442.2019.8982154>
- Gardner, E. S. (2013). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif Salah*. 5, 63–65.
- Indrawati, F. (2020). Sumber Daya Manusia yang Kompetitif di Era Kenormalan Baru. *Prosiding Seminar Nasional dan Diskusi Panel Pendidikan Matematika Universitas Indraprasta PGRI Jakarta*, 80, 145–150.
- Kimes, S. E. (2014). The Basics of Yield Management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 30(3), 14–19. <https://doi.org/10.1177/001088048903000309>
- Kotler, Philip & Amstrong, G. (2016). Principles of Marketing. *New York: Pearson International.*, 735.
- Mak, V., Rapoport, A., & Gisches, E. J. (2018). Dynamic pricing decisions and seller-buyer interactions under capacity constraints. *Games*, 9(1). <https://doi.org/10.3390/g9010010>
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Novan, M., Sumampouw, I., & Undap, G. (2018). Implementasi Pembangunan Infrastruktur Desa Dalam Penggunaan Dana Desa Tahun 2017 (Studi) Desa Ongkaw Ii Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Eksekutif*, 1(1), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/21950>
- Oh, S., Rhodes, J., & Strong, R. (2016). Impact of cost uncertainty on pricing decisions under risk aversion. *European Journal of Operational Research*, 253(1), 144–153. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2016.02.034>

- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Qiu, H., Li, R., & Zhao, J. (2018). *Dynamic Pricing in Shared Mobility on Demand Service*. 1–9. <http://arxiv.org/abs/1802.03559>
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1, 1–29.
- Rahma, A. A. (2020). Jurnal Nasional Pariwisata. *jurnal Nasional Pariwisata*, 12(April), 1–8.
- Ramadhan, N. (2018). Implementasi Manajemen Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Al Islam Di Sma Muhamm. *Jurnal Didaktika FKIP UM Palembang*, Vol. 1, 92–100.
- Rian, P., Surya, A., Made, D., & Antara, S. (2019). *The Implementation of E-Commerce Dynamic Rate to Generate Room Revenue*. 1(1), 34–54.
- Ronal, S. D., & Hotlin, S. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Super Setia Sagita Medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(2), 273–281. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socio/article/view/413/406>
- Sembiring, P. A. B., & Bangun, M. (2021). Analisis Kebijakan Pengendalian Urbanisasi Kota Berastagi Kabupaten Karo Sumut. *Jurnal Darma Agung*, 29(2), 79. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v29i2.935>
- Shadiqurrachman, S., Ridwan, A., & Kusuma, A. (2019). *Online Travel Agency Channel Pricing Policy based on Dynamic Pricing Model to Maximize Sales Profit Using Nonlinear Integer Programming Approach*. 171(Icoemis), 351–358. <https://doi.org/10.2991/icoemis-19.2019.48>
- Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. In *ALFABETA*, cv. No. 84 Bandung.
- Sugiyono. (2021). METODE PENELITIAN KOMUNIKASI. *International Journal of Research Methods*.
- Suriyani. (2013). Volume 8 Nomor 1 Tahun 2013. *Jurnal Sulesana*, 8(1), 35–45.
- Swantari, A., Gantina, D., & Festivalia, F. (2019). Analysis of The Effect of Price Determination on Hotel Revenue (Hotel Case in Puncak, Bogor). *TRJ Tourism Research Journal*, 3(2), 188. <https://doi.org/10.30647/trj.v3i2.62>
- SYAM, S. (2020). Pengaruh Efektifitas Dan Efisiensi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(2), 128–152. <https://doi.org/10.26618/profitability.v4i2.3781>
- Talón-Ballesteró, P., Nieto-García, M., & González-Serrano, L. (2022). The wheel of dynamic pricing: Towards open pricing and one to one pricing in hotel revenue management. *International Journal of Hospitality Management*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103184>
- Tourism, C. B., & Bali, D. W. (2021). *Jurnal komunikasi hukum*. 7, 72–86.
- Wang, Y., Tang, T., Zhang, W., Sun, Z., & Xiong, Q. (2021). The Achilles tendon of dynamic pricing — the effect of consumers' fairness preferences on platform's dynamic pricing strategies. *Journal of Internet and Digital Economics*, 1(1), 15–35. <https://doi.org/10.1108/jide-08-2021-0004>

- Yahya, & Nur, A. M. (2018). Pengaruh efisiensi terhadap kinerja. *Jurnal Informatika dan Teknologi*, 1(2), 79–87.
- Zhang, D., & Weatherford, L. (2017). Dynamic pricing for network revenue management: A new approach and application in the hotel industry. *INFORMS Journal on Computing*, 29(1), 18–35. <https://doi.org/10.1287/ijoc.2016.0713>
- Amirullah. (2015). Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik). *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303.
- Annisa, S., Rizal, M., & Herawaty, T. (2021). Studi Literatur: Implementasi Good Corporate Governance Pada Bisnis Keluarga. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 72–83. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3206>
- Bachri, B. S. (2012). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Banerjee, S., Johari, R., & Riquelme, C. (2015). Pricing in Ride-Sharing Platforms. 15(1), 639–639. <https://doi.org/10.1145/2764468.2764527>
- Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2017). A study of revisit intention: Experiential quality and image of Muara Beting tourism site in Bekasi District. *European Research Studies Journal*, 20(2), 521–537. <https://doi.org/10.35808/ersj/657>
- Erwin, C., & Boham, J. (n.d.). *A K OMOD ASI PERHO TEL AN*.
- Fadly, M., Ridwan, A. Y., & Deni Akbar, M. (2019). Hotel room price determination based on dynamic pricing model using nonlinear programming method to maximize revenue. *Proceedings of ICAITI 2019 - 2nd International Conference on Applied Information Technology and Innovation: Exploring the Future Technology of Applied Information Technology and Innovation*, 190–196. <https://doi.org/10.1109/ICAITI48442.2019.8982154>
- Gardner, E. S. (2013). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif Salah*. 5, 63–65.
- Indrawati, F. (2020). Sumber Daya Manusia yang Kompetitif di Era Kenormalan Baru. *Prosiding Seminar Nasional dan Diskusi Panel Pendidikan Matematika Universitas Indraprasta PGRI Jakarta*, 80, 145–150.
- Kimes, S. E. (2014). The Basics of Yield Management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 30(3), 14–19. <https://doi.org/10.1177/001088048903000309>
- Kotler, Philip & Amstrong, G. (2016). Principles of Marketing. *New York: Pearson International*, 735.
- Mak, V., Rapoport, A., & Gisches, E. J. (2018). Dynamic pricing decisions and seller-buyer interactions under capacity constraints. *Games*, 9(1). <https://doi.org/10.3390/g9010010>
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Novan, M., Sumampouw, I., & Undap, G. (2018). Implementasi Pembangunan Infrastruktur Desa Dalam Penggunaan Dana Desa Tahun 2017 (Studi) Desa Ongkaw Ii Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Eksekutif*, 1(1), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/21950>

- Oh, S., Rhodes, J., & Strong, R. (2016). Impact of cost uncertainty on pricing decisions under risk aversion. *European Journal of Operational Research*, 253(1), 144–153. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2016.02.034>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Qiu, H., Li, R., & Zhao, J. (2018). *Dynamic Pricing in Shared Mobility on Demand Service*. 1–9. <http://arxiv.org/abs/1802.03559>
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1, 1–29.
- Rahma, A. A. (2020). Jurnal Nasional Pariwisata. *jurnal Nasional Pariwisata*, 12(April), 1–8.
- Ramadhan, N. (2018). Implementasi Manajemen Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Al Islam Di Sma Muhammadiyah. *Jurnal Didaktika FKIP UM Palembang*, Vol. 1, 92–100.
- Rian, P., Surya, A., Made, D., & Antara, S. (2019). *The Implementation of E-Commerce Dynamic Rate to Generate Room Revenue*. 1(1), 34–54.
- Ronal, S. D., & Hotlin, S. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Super Setia Sagita Medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(2), 273–281. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socio/article/view/413/406>
- Sembiring, P. A. B., & Bangun, M. (2021). Analisis Kebijakan Pengendalian Urbanisasi Kota Berastagi Kabupaten Karo Sumut. *Jurnal Darma Agung*, 29(2), 79. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v29i2.935>
- Shadiqurrachman, S., Ridwan, A., & Kusuma, A. (2019). *Online Travel Agency Channel Pricing Policy based on Dynamic Pricing Model to Maximize Sales Profit Using Nonlinear Integer Programming Approach*. 171(Icoemis), 351–358. <https://doi.org/10.2991/icoemis-19.2019.48>
- Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. In *ALFABETA*, cv. No. 84 Bandung.
- Sugiyono. (2021). METODE PENELITIAN KOMUNIKASI. *International Journal of Research Methods*.
- Suriyani. (2013). Volume 8 Nomor 1 Tahun 2013. *Jurnal Sulesana*, 8(1), 35–45.
- Swantari, A., Gantina, D., & Festivalia, F. (2019). Analysis of The Effect of Price Determination on Hotel Revenue (Hotel Case in Puncak, Bogor). *TRJ Tourism Research Journal*, 3(2), 188. <https://doi.org/10.30647/trj.v3i2.62>
- SYAM, S. (2020). Pengaruh Efektifitas Dan Efisiensi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(2), 128–152. <https://doi.org/10.26618/profitability.v4i2.3781>
- Talón-Ballesteros, P., Nieto-García, M., & González-Serrano, L. (2022). The wheel of dynamic pricing: Towards open pricing and one to one pricing in hotel revenue management. *International Journal of Hospitality Management*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103184>
- Tourism, C. B., & Bali, D. W. (2021). *Jurnal komunikasi hukum*. 7, 72–86.
- Wang, Y., Tang, T., Zhang, W., Sun, Z., & Xiong, Q. (2021). The Achilles tendon of

dynamic pricing — the effect of consumers' fairness preferences on platform's dynamic pricing strategies. *Journal of Internet and Digital Economics*, 1(1), 15–35. <https://doi.org/10.1108/jide-08-2021-0004>

Yahya, & Nur, A. M. (2018). Pengaruh efisiensi terhadap kinerja. *Jurnal Informatika dan Teknologi*, 1(2), 79–87.

Zhang, D., & Weatherford, L. (2017). Dynamic pricing for network revenue management: A new approach and application in the hotel industry. *INFORMS Journal on Computing*, 29(1), 18–35. <https://doi.org/10.1287/ijoc.2016.0713>



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI