

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING
DALAM MENDUKUNG ROOM REVENUE
DI CROSS BALI BREAKERS**



POLITEKNIK NEGERI BALI

I Dewa Nyoman Buda Antara

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING
DALAM MENDUKUNG ROOM REVENUE
DI CROSS BALI BREAKERS**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I Dewa Nyoman Buda Antara
NIM 2415854036**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DYNAMIC PRICING
DALAM MENDUKUNG ROOM REVENUE
DI CROSS BALI BREAKERS**

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

**I Dewa Nyoman Buda Antara
NIM 2415854036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

ABSTRAK

Antara, I Dewa Nyoman Buda (2025). Implementasi *Dynamic Pricing* dalam Mendukung *Room Revenue* di Cross Bali Breakers. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh pembimbing I Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM dan pembimbing II Elvira Septevany, S.S.,M.Li.

Kata Kunci: *Dynamic Pricing*, *Room Revenue*, Strategi Harga, Perhotelan, Cross Bali Breakers.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *dynamic pricing* dalam mendukung *room revenue* di Cross Bali Breakers. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi partisipatif dan wawancara dilakukan terhadap *general manager*, *director of sales and marketing*, *revenue and ecommerce manager*, *ecommerce executive*, dan *reservation staff* yang berjumlah 5 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *dynamic pricing* dilakukan di Cross Bali Breakers dengan lima pendekatan yaitu waktu, permintaan, harga pesaing, segmen, dan harga paket. Temuan ini tercemin melalui pertumbuhan tingkat hunian kamar sebesar 12 persen, peningkatan pendapatan kamar sebesar 15 persen, dan kenaikan RevPAR sebesar 15 persen. Kelima pendekatan ini yang paling optimal adalah penyesuaian harga berdasarkan waktu, permintaan, dan harga pesaing karena adanya fluktuatif harga pada saat *weekend* dan *end of the day*, saat permintaan ramai maupun saat permintaan sepi, dan selalu aktif memantau harga pesaing yang ada di sekitar daerah Jimbaran. Sebaliknya penyesuaian harga berdasarkan segmen dan harga paket kurang optimal karena kurang agresif dalam menasar segmen khusus seperti pemerintahan dan korporasi begitu juga kurang inovatif dalam pembuatan paket. Harga kamar tidak semata-mata termasuk sarapan namun harga kamar dapat pula di-*bundling* dengan aktivitas seperti *spa* ataupun *tour*. Berdasarkan hal tersebut maka dapat direkomendasikan untuk segmen *corporate*, dan *government*, perlu ditingkatkan dan diperluas jaringannya untuk mengoptimalkan pendapatan di setiap jalur distribusi. Begitu juga untuk harga paket biar lebih kreatif dan inovatif perlu dikembangkan dengan penambahan paket harga kamar termasuk fasilitas hotel sehingga paket lebih bervariasi dan lebih menarik.

ABSTRACT

Antara, I Dewa Nyoman Buda (2025). *Implementation of Dynamic Pricing in supporting Room Revenue at Cross Bali Breakers.*

This thesis has been approved and reviewed by Supervisor I, Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM and Supervisor II, Elvira Septevany, S.S.,M.Li.

Keywords: Dynamic Pricing, Room Revenue, Pricing Strategy, Hospitality, Cross Bali Breakers.

This study aims to analyze the implementation of dynamic pricing in supporting room revenue at Cross Bali Breakers. The research method used is a qualitative approach through participatory observation and interviews conducted with the general manager, director of sales and marketing, revenue and ecommerce manager, ecommerce executive, and reservation staff, totaling five participants. The results show that the implementation of dynamic pricing at Cross Bali Breakers is carried out through five approaches: time-based, demand-based, competitor-based, segments-based, and package-based pricing. These findings are reflected in the growth of the room occupancy rate by 12 percent, an increase in room revenue by 15 percents, and a 15 percents rise in RevPAR. Among the five approaches, the most optimal are price adjustments based on time, demand, and competitor pricing due to price fluctuations during weekends and end-of-day periods, high and low demand periods, and active monitoring of competitor prices around the Jimbaran area. On the other hand, price adjustments based on segment and package pricing are less optimal due to the lack of aggressiveness in targeting specific segments such as government and corporate clients, as well as a lack of innovation in package creation. Room pricing should not only include breakfast, but could also be bundled with activities such as spa treatments or tours. Based on these findings, it is recommended that the corporate, and government segments be strengthened and expanded to optimize revenue across all distribution channel. In addition, to enhance package pricing strategies, more creative and innovative packages should be developed by including various hotel facilities, making them more diverse and attractive.

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	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Hotel.....	7
2.1.2 <i>Dynamic Pricing</i>	8
2.1.3 <i>Room Revenue</i>	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian.....	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Identifikasi Variabel.....	20
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	20

3.5 Jenis dan Sumber Data	22
3.5.1 Jenis Data.....	22
3.5.2 Sumber Data.....	23
3.6 Penentuan Informan	24
3.7 Metode Pengumpulan Data	25
3.7.1 Observasi.....	25
3.7.2 Wawancara.....	25
3.7.3 Dokumentasi.....	26
3.8 Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	30
4.1.1 Sejarah Cross Bali Breakers.....	30
4.1.2 Fasilitas Hotel.....	33
4.1.3 Struktur Organisasi di Cross Bali Breakers.....	37
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	42
4.2.1 Implementasi <i>Dynamic Pricing</i> di Cross Bali Breakers.....	43
4.2.2 Implementasi <i>Dynamic Pricing</i> dalam Mendukung Room Revenue.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
DAFTAR LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat <i>Room Revenue</i> per bulan pada tahun 2023.....	1
Tabel 3.1 Variabel, Indikator dan Sub Indikator.....	21
Tabel 4.1 Tingkat hunian kamar sebelum dan sesudah implementasi <i>dynamic pricing</i>	61
Tabel 4.2 Pendapatan kamar sebelum dan sesudah implementasi <i>dynamic pricing</i>	65
Tabel 4.3 <i>Revenue per available room</i> sebelum dan sesudah implementasi <i>dynamic pricing</i>	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Cross Bali Breakers.....	30
Gambar 4. 2 Lobby Cross Bali Breakers.....	33
Gambar 4. 3 One bedroom deluxe pool villa.....	34
Gambar 4. 4 Two bedroom deluxe pool villa.....	34
Gambar 4. 5 Three bedroom deluxe pool villa.....	35
Gambar 4. 6 Struktur organisasi di Cross Bali Breakers.....	38
Gambar 4. 7 Harga yang ditampilkan pada saat musim sepi.....	44
Gambar 4. 8 Harga yang ditampilkan pada saat musim ramai.....	45
Gambar 4. 9 Harga yang ditampilkan pada saat hari biasa.....	46
Gambar 4. 10 Harga yang ditampilkan pada saat hari akhir pekan.....	46
Gambar 4. 11 Harga yang ditampilkan pada saat early bird booking.....	47
Gambar 4. 12 Harga yang ditampilkan pada saat last minute booking.....	47
Gambar 4. 13 Harga yang ditampilkan pada saat permintaan turun.....	48
Gambar 4. 14 Harga yang ditampilkan pada saat permintaan naik.....	48
Gambar 4. 15 Harga yang ditampilkan saat persediaan kamar masih banyak.....	49
Gambar 4. 16 Harga yang ditampilkan saat persediaan kamar masih sedikit.....	49
Gambar 4. 17 Harga untuk tamu yang sensitif terhadap harga.....	50
Gambar 4. 18 Harga untuk tamu yang tidak sensitif terhadap harga.....	50
Gambar 4. 19 Harga yang ditampilkan harga dari semua kompetitor.....	51
Gambar 4. 20 Harga yang ditampilkan lebih murah dari semua kompetitor.....	52
Gambar 4. 21 Harga yang ditampilkan harga paritas OTA dan website.....	52
Gambar 4. 22 Harga yang ditampilkan harga untuk wisatawan rekreasi.....	53
Gambar 4. 23 Harga yang ditampilkan harga untuk wisatawan bisnis.....	53
Gambar 4. 24 Harga yang ditampilkan khusus untuk grup atau korporasi.....	54
Gambar 4. 25 Harga yang ditampilkan khusus untuk program loyalitas.....	54
Gambar 4. 26 Harga khusus untuk paket dengan tambahan fasilitas.....	55
Gambar 4. 27 Harga khusus untuk paket dengan tambahan aktivitas.....	56
Gambar 4. 28 Harga khusus untuk paket yang menginap lebih dari 7 malam.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian.....	78
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	79
Lampiran 3. Hasil Wawancara.....	82
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Wawancara.....	88
Lampiran 5. Dokumentasi Pengumpulan Data.....	89
Lampiran 6. Laporan Keuangan Tahun 2023.....	91
Lampiran 7. Laporan Keuangan Tahun 2024.....	92



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan pariwisata yang cepat di Bali turut mendorong kemajuan yang berarti dalam industri perhotelan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang langsung ke Provinsi Bali di bulan Juli 2024 tercatat sebanyak 625.665 kunjungan. Angka ini naik 20,11 persen dibandingkan bulan sebelumnya yang tercatat sebanyak 520.898 kunjungan (Biro Pusat Statistik, 2024). Peningkatan kunjungan ini tentu saja membuat bisnis perhotelan semakin berkembang karena wisatawan mancanegara dan domestik memerlukan tempat penginapan selama berada di Bali. Semakin berkembangnya hotel di Bali maka persaingan harga tidak bisa dihindari, sehingga setiap hotel di Bali wajib mempunyai strategi yang tepat, guna menghadapi ketatnya persaingan bisnis dalam mencari pelanggan. Untuk tetap kompetitif di tengah persaingan yang dinamis, hotel dituntut menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif. Salah satu strategi yang banyak digunakan untuk mengoptimalkan pendapatan dan tingkat hunian adalah *dynamic pricing*, di mana tarif kamar disesuaikan secara fleksibel berdasarkan waktu, permintaan pasar, dan kondisi lainnya (Bale, 2024). Strategi ini menjadi semakin relevan di era digital, mengingat kemudahan pelanggan dalam membandingkan harga melalui *platform* pemesanan daring.

Persaingan bisnis dengan kompetitor dalam menarik pelanggan, Cross Bali Breakers sebagai salah satu hotel premium yang terletak di Jimbaran Bali juga

mempunyai target *revenue* yang sudah ditentukan Manajemen. Berikut tingkat *room revenue* per bulan pada tahun 2023 di Cross Bali Breakers dapat dijabarkan melalui Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Laporan Tingkat *Room Revenue* di Cross Bali Breakers tahun 2023

Months	Room Occupancy	Room Revenue (%)	Budget Room Revenue (%)	Target Room Revenue (%)
January	64.29	68.36	60	65
February	48.50	64.01	60	65
March	56.99	61.31	60	65
April	82.69	61.10	60	65
May	86.87	56.87	60	65
June	89.18	57.47	60	65
July	87.15	65.45	60	65
August	79.80	64.86	60	65
September	90.47	57.47	60	65
October	82.63	58.15	60	65
November	65.79	56.09	60	65
December	61.80	60.50	60	65

Sumber: *Revenue Departement* Cross Bali Breakers, 2023. Data diambil tahun 2025

Tabel 1.1 menunjukkan tingkat hunian kamar dan tingkat *room revenue* di Cross Bali Breakers selama setahun pada tahun 2023, menghadapi tantangan berupa penurunan tingkat hunian kamar dan tingkat *room revenue* yang belum mencapai potensi tingkat maksimalnya. Kondisi ini diperburuk oleh penerapan strategi penetapan harga yang masih bersifat konvensional dan kurang fleksibel dalam merespons perubahan permintaan pasar. Strategi harga statis cenderung menghambat hotel dalam mengoptimalkan pendapatan, terutama pada musim sepi (*low season*), di mana permintaan kamar berkurang drastis. Sebaliknya *dynamic pricing* terbukti dapat meningkatkan pendapatan hingga 20 persen melalui penyesuaian harga secara *real-time* berdasarkan permintaan, musim, dan kondisi

lainnya (Permana, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa Cross Bali Breakers memiliki peluang untuk mengatasi tantangan tersebut dengan mengadopsi pendekatan penetapan harga yang lebih dinamis dan fleksibel berbasis data.

Cross Bali Breakers menghadapi tantangan dalam mengelola tingkat hunian dan *room revenue* yang fluktuatif. Data internal menunjukkan bahwa selama musim sepi, tingkat hunian sering berada di bawah target optimal, sementara pada musim ramai, hotel mengalami kesulitan dalam menetapkan harga yang mampu memaksimalkan pendapatan tanpa mengurangi daya saing. Strategi penetapan harga yang masih bersifat statis dianggap menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan ketidakefisienan dalam merespons perubahan pasar. Cross Bali Breakers berada dalam kondisi ini sehingga hotel yang tidak mengadopsi *dynamic pricing* cenderung kehilangan peluang pendapatan hingga 25 persen selama musim dengan permintaan tinggi. Hotel yang menerapkan *dynamic pricing* dapat menyesuaikan harga dalam *real-time* berdasarkan permintaan pasar, musim dan harga pesaing, sehingga strategi ini dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan (Bale, 2024). Cross Bali Breakers sangat ketergantungan pada strategi harga tahunan yang tetap juga menyebabkan keterbatasan dalam menarik segmen pelanggan tertentu, seperti wisatawan *last-minute* atau pelanggan yang sensitif terhadap harga. Strategi *dynamic pricing* adalah strategi yang dapat menaikkan harga pada hari-hari sibuk (weekend) dan musim liburan sehingga dapat memaksimalkan pendapatan (Cho *et al.*, 2018). Teori pasar yang efisien membenarkan strategi penetapan *dynamic pricing* karena strategi tersebut berfungsi

untuk menyesuaikan keseimbangan antara permintaan dan penawaran secara langsung dan efisien (Liu *et al.*, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi judul penelitian ini adalah “Implementasi *Dynamic Pricing* dalam Mendukung *Room Revenue* di Cross Bali Breakers”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dapat diuraikan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah implementasi *dynamic pricing* di Cross Bali Breakers?
2. Bagaimanakah implementasi *dynamic pricing* dalam mendukung *room revenue* di Cross Bali Breakers?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengidentifikasi implementasi *dynamic pricing* di Cross Bali Breakers.
- b. Untuk menganalisis implementasi *dynamic pricing* di Cross Bali Breakers dalam mendukung *room revenue* di Cross Bali Breakers.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan uraian sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian secara Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini untuk menambah wawasan akademis yang terkait dengan implementasi *dynamic pricing* dalam mendukung *room revenue* di Cross Bali Breakers.

2. Manfaat Penelitian secara Praktis

a. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya, serta menambah pustaka di Politeknik Negeri Bali.

b. Bagi Manajemen Hotel Cross Bali Breakers

Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi dan langsung diterapkan untuk meningkatkan *room revenue* melalui implementasi *dynamic pricing*.

c. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat dari penulis dengan adanya penelitian ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan mengenai implementasi *dynamic pricing* dalam mendukung *room revenue* serta menjadi pengalaman penulis dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang didapat selama ini.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian berkonsentrasi pada implementasi *dynamic pricing* di Cross Bali Breakers dalam mendukung *room revenue*. Objek penelitian, Cross Bali Breakers sebagai hotel yang menerapkan *dynamic pricing*. Aspek yang dikaji, metode *dynamic pricing*, faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga, serta implikasinya terhadap tingkat hunian (*occupancy rate*), pendapatan kamar (*room revenue*), serta pendapatan dibagi dengan jumlah kamar yang tersedia (RevPAR).

Metode penelitian, penggunaan data historis harga kamar, wawancara dengan manajemen, serta analisis data sekunder.

Batasan penelitian adalah berfokus pada Cross Bali Breakers, dan tidak mencakup hotel lain. Waktu data dianalisis dalam periode tertentu (enam bulan), tanpa analisis jangka panjang. Variabel hanya meneliti hubungan *dynamic pricing* dan *room revenue*, tanpa membahas faktor lain seperti kepuasan pelanggan atau strategi pemasaran. Data yang dianalisis didasarkan pada informasi yang tersedia dari manajemen hotel tanpa eksperimen langsung dalam pengaturan harga.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. *Dynamic pricing* di Cross Bali Breakers diimplementasikan dengan lima pendekatan yaitu penyesuaian harga berdasarkan waktu, permintaan, harga pesaing, segmen, dan harga paket. Implementasi yang paling maksimal terlihat pada pendekatan waktu dan permintaan, karena fluktuasi harga antara *weekday* dan *end of the day* serta penyesuaian harga pada saat musim ramai dan musim sepi. Implementasi berdasarkan harga pesaing juga efektif dengan pemantauan harga rutin dilakukan untuk menjaga daya saing di daerah Jimbaran. Namun, implementasi *dynamic pricing* berdasarkan segmen dan harga paket belum optimal, karena belum menysasar segmen khusus seperti pemerintahan dan korporasi di mana segmen ini sangat potensial di Bali untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Begitu pula dengan paket yang masih terbatas pada kamar dan sarapan. Belum mencakup komponen lainnya seperti *spa*, atau *tour*.
2. Implementasi *dynamic pricing* di Cross Bali Breakers dalam mendukung *room revenue*. Kontribusi tingkat hunian kamar meningkat hingga 12 persen, *room revenue* mengalami kenaikan sebesar 15 persen, dan RevPAR meningkat menjadi 15 persen. Pengembangan ini didukung oleh strategi penyesuaian harga berdasarkan waktu, permintaan, dan harga pesaing, yang fleksibel dan adaptif terhadap pasar. Sebaliknya, strategi segmen dan harga paket belum berkontribusi maksimal karena kurangnya menysasar segmen khusus dan inovasi paket. Dengan demikian, walaupun implementasi *dynamic pricing* telah berhasil meningkatkan

room revenue, pengembangan lebih lanjut pada strategi segmen dan paket sangat diperlukan untuk mengoptimalkan potensi *room revenue* secara menyeluruh.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa implementasi *dynamic pricing* berdasarkan segmen dan harga paket belum optimal maka dapat disarankan untuk setiap segmen seperti *corporate*, dan *government* perlu ditingkatkan dan diperluas jaringannya sehingga dapat mengoptimalkan pendapatan dari setiap jalur distribusi. Begitu pula dengan paket dapat dikembangkan bukan semata-mata mencakup sarapan melainkan juga bisa digabungkan dengan layanan tambahan seperti *spa* dan *tour*.
2. Implementasi *dynamic pricing* yang belum mendukung peningkatan *room revenue* meliputi segmen dan harga paket, dengan demikian perlu dilakukan perbaikan segmen dengan menyasar segmen yang lebih luas dan agresif sehingga dapat menjaring segmen yang tepat untuk mengoptimalkan pendapatan. Untuk paket perlu dilakukan inovasi dan kreatif dalam pembuatan paket sehingga paket yang ditampilkan menjadi menarik dan bervariasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*.
<https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Bale, E. Z. & A. E. (2024). Investigating The Impact of Dynamic Pricing Strategies on Revenue Optimization in The Hospitality Industry. *International Journal of Financial Res. and Business Development Vol. 05 No. 7 - July 2024*.
- Bandalouski, A. M., Egorova, N. G., Kovalyov, M. Y., Pesch, E., & Tarim, S. A. (2021). Dynamic pricing with demand disaggregation for hotel revenue management. *Journal of Heuristics*, 27(5), 869–885.
<https://doi.org/10.1007/s10732-021-09480-2>
- Cho, S., Lee, G., Rust, J., & Yu, M. (2018). Optimal dynamic hotel pricing. *Structural Microeconomics, Cowles Foundation for Research in Economics, Yale University*, 1–83.
- Dharsana, R., I Putu Arnawa, & Ni Luh Riska Yusmarisa. (2024). The Influence of Room Occupancy and Average Daily Rate on the Revenue Per Occupied Room of Hotel X. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1–7. <https://doi.org/10.53697/emak.v5i3.1761>
- Fadly, M., Ridwan, A. Y., Akbar, M. D., Industri, F. R., Telkom, U., & Barat, J. (2019). Penentuan Harga Kamar Hotel Berdasarkan Model Dynamic Pricing Menggunakan Metode Nonlinear Programming Untuk Memaksimalkan Pendapatan Penjualan Kamar Hotel. *EProceedings ...*, 6(2), 6421–6427.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/9932%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/download/9932/9789>
- Gao, J. (2024). *Optimizing hotel revenue management through dynamic pricing algorithms and data analysis*. 0(506), 1–10.
<https://doi.org/10.1177/14727978241298467>
- Harahap, Z. (2017). Penerapan Metode Peramalan Runtut Waktu Dalam Menentukan Target Tingkat Huni Kamar Di Hotel El Cavana Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.32659/tsj.v2i1.16>
- Hermawan, B. (2022). *Analisis Operasional Hotel*. PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI) p.21
- Ivanov, S. (2014). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice* (Issue by Zangador Ltd. Varna Bulgaria).p.43
- Liu, Y., Wang, M., & Qin, Y. (2023). Comparative Analysis of Dynamic Pricing Strategies for Online Hotel Bookings: A Case Study of Luxury Hotels in Major Tourist Destinations. *Frontiers in Management Science*, 2(5), 44–49.
<https://doi.org/10.56397/fms.2023.10.06>

- 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>.
- Mahdiyah, M. (2015). Perumusan Masalah Penelitian. *Studi Mandiri Dan Seminar Proposal Penelitian*, pp.1-32.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis + the Coding Manual for Qualitative Researchers. In *SAGE Publications Inc.* pp.1-373.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* pp.1-179.
- Putri, A.N. (2017). Model Dynamic Pricing Untuk Penetapan Harga Sewa Kamar Hotel Dengan Metode Fuzzy Logic. *Jurnal Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Permana, D. G. A. B. (2023). Implementasi strategi dynamic pricing untuk meningkatkan room revenue pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach. *Jurnal Politeknik Negeri Bali*.
- Pradiatiningtyas, D. (2017). Pengaruh Web Experience, Social Factor, Dan Ease Of Use Terhadap Penggunaan Reservasi Hotel Secara Online. *Jurnal Khasanah Ilmu – Volume 8 No. 2 September 2017 – Khasanah.*, 8(2), 76.
- Radjab, E. (2017). Metode Penelitian Bisnis. In *Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar 2017* (p. 49).
- Rukin, S.P. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*.pp.1-176
- Santoro, G. (2015). Evaluating performance in the hotel industry: An empirical analysis of Piedmont. *Journal of Investment and Management*, 4(1-1), 17
- Selamet, I.W.A & Sumadi, I.G. (2021). Peran Reservasi dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Tijili Seminyak Hotel. *JOURNEY Volume 4 Nomor 2, December 2021*.
- Solimun, Armanu, & Fernandes, R. A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem: Mengungkap Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian* - UB Press.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*.
- Sutanto, P. H., Lidwan, N., & Ridwan, W. (2020). Perancangan Reservasi Pariwisata Dan Kamar Hotel Berbasis Web. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 4(4), 39–48. <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamarTelp.+62-21-3905050>

Wang, B., Bi, W., & Liu, H. (2023). Dynamic Pricing with Parametric Demand Learning and Reference-Price Effects. *Mathematics*, 11(10), 1–14. <https://doi.org/10.3390/math11102387>

Widjanarko, & Ratnaningsih, D (2019). Konsep Dasar dalam Pengumpulan data Penyajian Data. *In Data. Sats4213/Modul, 1* (pp. 1–45).



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI