

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN SALURAN DISTRIBUSI
ONLINE TRAVEL AGENT DAN DIRECT BOOKING
TERHADAP MARGIN KEUNTUNGAN
DI FIVELEMENTS RETREAT BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Arya Munang Siluh Made Adnyawati

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN SALURAN DISTRIBUSI
ONLINE TRAVEL AGENT DAN DIRECT BOOKING
TERHADAP MARGIN KEUNTUNGAN
DI FIVELEMENTS RETREAT BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Arya Munang Siluh Made Adnyawati
NIM 2415854017**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN SALURAN DISTRIBUSI ONLINE TRAVEL AGENT DAN DIRECT BOOKING TERHADAP MARGIN KEUNTUNGAN DI FIVELEMENTS RETREAT BALI

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

Arya Munang Siluh Made Adnyawati
NIM 2415854017

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

ABSTRAK

Adnyawati, Arya Munang Siluh Made. (2025). Analisis Perbandingan Saluran Distribusi Online Travel Agent dan Direct Booking Terhadap Margin Keuntungan di Fivelements Retreat Bali

Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali
Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Drs. I Ketut Astawa, MM dan Pembimbing II: Ni Putu Lianda Ayu Puspita SE, M.Tr.Par.

Kata Kunci: Saluran Distribusi, *Online Travel Agent (OTA)*, *Direct Booking*, Margin Keuntungan, Fivelements Retreat Bali

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan saluran distribusi *Online Travel Agent (OTA)* dan *Direct Booking* terhadap margin keuntungan di Fivelements Retreat Bali. Dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif, pemahaman mendalam tentang dampak strategis dari berbagai saluran distribusi terhadap margin keuntungan sangat penting. Penelitian ini menggali pengalaman, persepsi, dan strategi Fivelements Retreat Bali dalam mengelola kedua saluran tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti *Director of Sales and Marketing*, *Sales and E-Commerce Manager*, *Digital Marketing and Social Media Executive* dan *Financial Controller*. Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi pola, tantangan, keuntungan, dan strategi yang muncul dari penggunaan *OTA* dan *direct booking* dalam kaitannya dengan margin keuntungan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai perbedaan margin keuntungan, serta memberikan wawasan strategis bagi Fivelements Retreat Bali dalam mengoptimalkan bauran saluran distribusinya. Temuan ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai manajemen pendapatan dan strategi distribusi dalam untuk Wellness dan Boutique Hotel di Bali.

ABSTRACT

Adnyawati, Arya Munang Siluh Made. (2025). *Comparative Analysis of Online Travel Agent and Direct Booking Distribution Channels on Profit Margins at Fivelements Retreat Bali*. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Departement of Tourism, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Drs. I Ketut Astawa, MM Supervisor II: Ni Putu Lianda Ayu Puspita, SE, M.Tr.Par.

Keywords: Distribution Channels, Online Travel Agent (OTA), Direct Booking, Profit Margin, Fivelements Retreat Bali

This study aims to qualitatively analyze the comparison of Online Travel Agent (OTA) and Direct Booking distribution channels on profit margins at Fivelements Retreat Bali. In the competitive hospitality industry, a deep understanding of the strategic impact of various distribution channels on profit margins is crucial. This research explores the experiences, perceptions, and strategies of the Fivelements Retreat Bali management in handling both channels. Data was collected through in-depth interviews with relevant parties, such as the Director of Sales and Marketing, Sales and E-Commerce Manager, Digital Marketing and Social Media Executive, and Financial Controller. Data analysis was conducted to identify patterns, challenges, advantages, and strategies emerging from the use of OTA and Direct Booking in relation to profit margins. The research findings are expected to provide a comprehensive overview of the differences in profit margins, and offer richer strategic insights for Fivelements Retreat Bali in optimizing its distribution channel mix. These findings are also anticipated to enrich the literature on revenue management and distribution strategies for Wellness and Boutique Hotels in Bali.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini berjudul “Analisis Perbandingan Saluran Distribusi *Online Travel Agent* dan *Direct Booking* Terhadap Margin Keuntungan di Fivelements Retreat Bali” bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dua saluran distribusi yang semakin berkembang dalam industri pariwisata. Industri Pariwisata, khususnya sektor akomodasi, mengalami perubahan signifikan dengan munculnya teknologi digital. Saluran distribusi melalui *Online Travel Agent (OTA)* dan *Direct Booking* menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen dalam merencanakan perjalanan mereka. Oleh karena itu penelitian ini sangat relevan untuk mengeksplorasi bagaimana kedua saluran distribusi tersebut berfungsi, serta dampaknya terhadap margin keuntungan di Fivelements Retreat Bali. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat dalam menyelesaikan pendidikan D4 Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang membantu dan mendukung penelitian ini termasuk di antaranya:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.e, Com., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M.Par., 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
3. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan Skripsi

-
4. Drs. I Ketut Astawa, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan Skripsi ini dari tahap awal sampai akhir
 5. Ni Putu Lianda Ayu Puspita, S.E., M.Tr.Par., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingannya tanpa henti untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu
 6. John T.G Nielsen, selaku *General Manager* Fivelements Retreat Bali yang telah memberikan motivasi dan menginspirasi selama proses penelitian.
 7. Yvonne Anggreni, selaku *Director of Sales and Marketing* Fivelements Retreat Bali yang telah memberi petunjuk, menyertai dan membimbing dalam proses penelitian.
 8. Seluruh *Sales and Marketing Team* Fivelements Retreat Bali yang telah banyak memberi petunjuk dan dukungan kepada penulis selama penelitian.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari berbagai keterbatasan dan tantangan. Namun penulis berharap temuan yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan, praktisi industri serta stake holder lainnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan saluran distribusi dalam industri pariwisata. Akhir kata penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan baru bagi semua pihak yang tertarik dengan dinamika saluran distribusi dalam industri pariwisata.

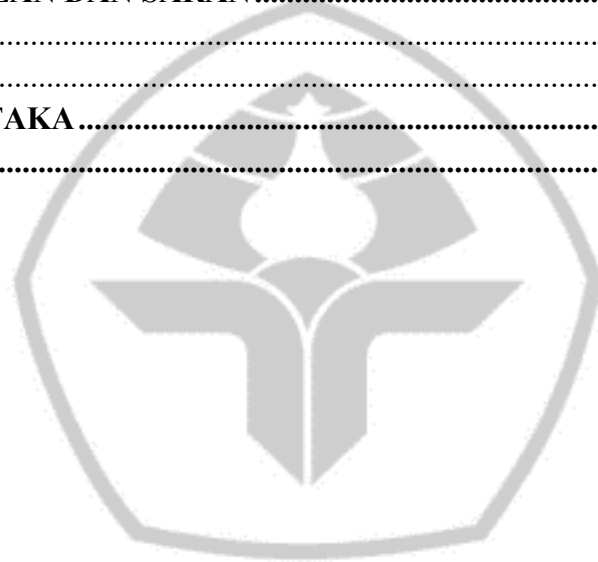
Penulis

Arya Munang Siluh Made Adnyawati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
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.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Hotel.....	8
2.1.2 Online Travel Agent.....	11
2.1.3 Saluran Distribusi <i>Online Travel Agent</i>	12
2.1.4 Direct Booking	13
2.1.5 Margin Keuntungan.....	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	14
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	19
3.2 Objek Penelitian.....	19
3.4 Definisi Operasional Variabel	20
3.3 Identifikasi Variabel	20
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.6 Metode Penentuan Informan.....	22
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7.1 Observasi	23
3.7.2 Wawancara	23

3.7.3 Dokumentasi.....	24
3.8 Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.1 Sejarah Singkat Fivelements Retreat Bali	29
4.1.2 Bidang Usaha	33
4.1.3 Fasilitas Pendukung.....	39
4.1.4 Struktur Organisasi Sales dan Marketing.....	42
4.2 Penyajian Hasil-hasil Penelitian	45
4.2.1 Saluran Distribusi <i>OTA dan Direct Booking</i> di Fivelements Retreat Bali ...	46
4.2.2 Analisis Perbandingan Saluran Distribusi <i>OTA dan Direct Booking</i> Terhadap Margin Keuntungan di Fivelements Retreat Bali	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 4. 1. Wisatawan Berdasarkan Region	48
Tabel 4. 2. Kontribusi <i>Online Travel Agent</i> (OTA)	51
Tabel 4. 3. Biaya Komisi <i>Online Travel Agents</i> (OTA)	56
Tabel 4. 4. Biaya <i>Direct Booking</i>	60
Tabel 4. 5. Perbandingan Biaya Saluran OTA dan <i>Direct Booking</i>	63
Tabel 4. 6. Perbandingan saluran distribusi <i>online travel agent</i> dan <i>direct booking</i>	66



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. <i>Qualitative Data Analysis Process</i>	25
Gambar 4. 1. <i>Fivelements Retreat</i> Bali	29
Gambar 4. 2 Logo <i>Fivelements Retreat</i>	32
Gambar 4. 3. Struktur Organisasi Sales and Marketing Department.....	43
Gambar 4. 4. Wisatawan Berdasarkan Kewarganegaraan	46
Gambar 4. 5. Wisatawan Berdasarkan Region.....	48
Gambar 4. 6. Jumlah Pengunjung yang Menggunakan OTA	53
Gambar 4. 7. Jumlah Pengunjung yang Melakukan Pemesanan <i>Direct Booking</i> . 58	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	74
Lampiran 2. Surat Penerimaan Penelitian dari Manajemen.....	75
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	76
Lampiran 4. Hasil Wawancara	78
Lampiran 5. Struktur Organisasi Fivelements Retreat Bali	109
Lampiran 6. Foto dan Lokasi Fivelements Retreat Bali	110
Lampiran 7. Wawancara dengan Yvonne Anggreni - Director of Sales & Marketing	114
Lampiran 8. Wawancara dengan Muh Aris - Sales& E-commerce Manager.....	114
Lampiran 9. Wawancara dengan I Putu Adi Wirawan - Social Media and Digital Marketing Executive	115
Lampiran 10. Wawancara dengan Arthur Chosani-Financial Controller	115



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata global mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan inovasi dan beragam akses informasi telah mengubah cara pelanggan untuk melakukan perjalanan wisata (Pitoska, 2013). Dalam hal pemesanan akomodasi hotel, reservasi yang dulunya dilakukan melalui agen perjalanan atau *call center*, kini bisa dilakukan melalui *online*. Secara spesifik, 53% dari semua pemesanan perjalanan dilakukan secara *online* (Barmpa, 2018). Dalam industri pariwisata, ada dua saluran distribusi untuk menjangkau pelanggan, yaitu saluran tidak langsung melalui pihak ketiga misalnya: *Online Travel Agent (OTA)* dan *Offline Travel Agent* dan saluran langsung melalui situs web resmi hotel (Morales, 2017).

OTA adalah situs web perjalanan yang menyediakan fasilitas pemesanan *online* untuk hotel, maskapai penerbangan, mobil dan layanan terkait perjalanan lainnya kepada pengguna. *OTA* pada dasarnya adalah versi *online* dari agen perjalanan tradisional yang bertindak menjembatani produsen dalam hal ini hotel, maskapai penerbangan, objek wisata, dan lain-lain. Kamar hotel menjadi fokus utama sebagian *OTA*, sementara ada beberapa yang menawarkan paket yang memungkinkan konsumen untuk memesan akomodasi, penerbangan dan layanan lainnya dalam satu transaksi (Van De Logt, 2017). Beberapa *OTA* yang terkenal adalah Expedia, Booking.com, Hostelworld, Travelocity, Priceline dan Lastminute.com. Expedia adalah pemilik dari Tripadvisor, Hotel.com, Venere.com

dan Hotwire. *OTA* adalah saluran distribusi yang paling efektif untuk hotel independen yang biasanya belum dikenal secara luas dan mungkin tidak memiliki keahlian dan anggaran yang cukup untuk pemasaran. Biaya komisi ke *OTA* yang berkisar antara 15-30% untuk setiap pemesanan merupakan hal yang bisa mengurangi margin keuntungan hotel dan tentu saja mengurangi pendapatan bersih dari hotel (Barmapa, 2018). Ketika Hotel bergantung pada *OTA*, akan terjadi penurunan margin keuntungan karena besarnya komisi yang harus dibayar pada setiap pemesanan.

Direct Booking (DB) adalah tindakan yang berkaitan dengan distribusi langsung ketika suatu produk atau layanan dibeli langsung dari produsen tanpa melibatkan perantara dalam prosesnya (Morales, 2017). Banyak konsumen yang menginginkan semua yang dibutuhkan dalam perjalanan wisata mereka dalam satu situs web, yang seringkali tidak bisa ditawarkan oleh *OTA* (Van De Logt, 2017). Untuk bisa bertahan di industri pariwisata yang semakin kompetitif, para pelaku bisnis perhotelan harus mengurangi biaya distribusi dan mengadopsi saluran distribusi pemasaran yang baru. Pemesanan kamar melalui situs web hotel adalah salah satu pendekatan terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. *Direct Booking* memberikan margin tertinggi untuk pendapatan dan memungkinkan hotel untuk meningkatkan penjualan produk maupun promosi, misalnya:” *Stay Longer, Get More Benefit*”, *Stay 3 Nights Pay 2 Nights*, dan lain-lain. Selain itu, *Direct Booking* memungkinkan Hotel untuk memiliki kontrol atas pengalaman pelanggan mulai pada saat pelanggan melakukan pemesanan, kedatangan, masa inap dan keberangkatan. Preferensi pelanggan juga bisa digunakan untuk tujuan pemasaran

di masa mendatang. Metode *Direct Booking* lebih disukai Hotel karena mereka tidak perlu bertanggung jawab kepada perantara manapun untuk membayar komisi sehingga meningkatkan margin keuntungan dalam mempromosikan produk secara langsung (Greensill, 2016).

Metode pemesanan melalui *OTA* cenderung lebih disukai pelanggan karena sangat mudah digunakan dan pelanggan dapat membandingkan berbagai pilihan hotel dan harganya dalam satu situs web (Muresherwa *et al.*, 2022). Resiko utama bagi hotel yang menggunakan *OTA* adalah kemudahan dalam menggunakannya sebagai metode pemesanan menyebabkan harga, lokasi, foto dan ulasan menjadi lebih penting dari merek hotel itu sendiri. China menjadi negara dengan pengguna *OTA* terbanyak. Sembilan dari sepuluh pembeli online menggunakan *OTA* tetapi kurang dari empat dari sepuluh pembeli menggunakan situs website resmi hotel untuk melakukan pemesanan (Van De Logt, 2017). Fivelements Retreat Bali sebagai *resort* yang menawarkan akomodasi dan layanan *Holistic Wellness* juga mengalami kecenderungan persentase reservasi melalui *OTA* yang lebih tinggi dibandingkan *Direct Booking* melalui website seperti diuraikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1. Room Production Report by Company July 2024

No	Name	MTD		
		Room Nights	of Pax	% Room Nights
1	Booking.com	227	494	47,10
2	Expedia	19	45	3,94
3	Agoda	18	44	3,73
4	Tiket.com	5	20	1,04

Sumber: Sales & Marketing Department, 2024

Tabel 1. 2. Room Production Report by Company July 2024

No	Name	MTD		
		Room Nights	of Pax	% Room Nights
1	Booking Engine	67	135	13,90
2	Individual	62	112	12,86

Sumber: Sales & Marketing Department, 2024

Room Production Report pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Booking.com yang merupakan salah satu *OTA* dalam *Priceline Group* menduduki persentase paling tinggi dalam *room production* selama bulan Juli 2024. Selain itu, laporan dari *Accounting Department* Fivelements Retreat Bali juga menunjukkan bahwa biaya yang harus dibayar untuk komisi *OTA* jauh lebih tinggi dibandingkan dengan biaya terkait dengan *Direct Booking*. Hal ini menjadi tantangan bagi Fivelements Retreat Bali yang merupakan sebuah destinasi eksklusif yang berfokus kepada layanan *Holistic Wellness*. Fivelements Retreat Bali mempunyai pasar yang sangat tersegmentasi sehingga menyasar *Niche Market* yang mencari pengalaman spiritual melalui *Wellness Retreat*. Dalam industri perhotelan, khususnya untuk *Niche Market* seperti *Wellness Retreat*, perbedaan antara kedua saluran ini tidak hanya berdampak pada *Average Daily Rate (ADR)*, tetapi juga pada pendapatan keseluruhan (*revenue*) yang dapat dihasilkan oleh hotel.

Seharusnya, dengan meningkatnya preferensi pelanggan terhadap kemudahan yang ditawarkan oleh *OTA*, hotel-hotel seperti Fivelements Retreat Bali dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kompetitif dan personal melalui website resmi mereka agar dapat bersaing lebih efektif di pasar yang semakin

digital. Namun kenyataannya, meskipun *Direct Booking* memberikan margin keuntungan yang lebih tinggi dan kontrol yang lebih baik atas data pelanggan, persentase pemesanan melalui situs web resmi Fivelements Retreat Bali tetap lebih rendah dibandingkan dengan *OTA*. Ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif dan kurangnya upaya dalam mempromosikan *Direct Booking* sebagai alternatif yang lebih menguntungkan.

Kesenjangan ini penting untuk diteliti karena menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara keuntungan yang seharusnya didapatkan oleh hotel melalui *Direct Booking* dengan kenyataan bahwa sebagian besar pemesanan kamar masih melalui *OTA*. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan dalam memilih saluran pemesanan dan bagaimana hotel dapat meningkatkan daya saingnya di pasar yang sangat bergantung pada teknologi digital. Dengan penelitian ini, Fivelements Retreat Bali dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan *Direct Booking*, mengurangi ketergantungan pada *OTA* dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat diuraikan permasalahan sebagai berikut

1. Bagaimanakah saluran distribusi *OTA* dan *Direct Booking* di Fivelements Retreat Bali?
2. Bagaimanakah analisis perbandingan saluran distribusi *OTA* dan *Direct Booking* terhadap margin keuntungan di Fivelements Retreat Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui saluran distribusi *OTA dan Direct Booking* di Fivelements Retreat Bali
2. Untuk menganalisis perbandingan saluran distribusi *OTA dan Direct Booking* terhadap margin keuntungan di Fivelements Retreat Bali

1.4 Manfaat Penelitian

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

1.4.1 Manfaat Teoritis

Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan khususnya dalam menerapkan konsep multi-channel dalam saluran distribusi kepada pengelola hotel dan resort. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam mengkaji saluran distribusi serupa dalam dunia pariwisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil dari penelitian ini selain membuka kesempatan bagi universitas untuk bekerja sama dengan pelaku industri pariwisata, juga dapat digunakan untuk merumuskan pengembangan kurikulum yang relevan untuk dintegrasikan dalam pengajaran.

2. Bagi Perusahaan

Dengan memahami karakteristik masing-masing saluran distribusi, perusahaan dapat mengoptimalkan saluran distribusi dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat untuk meningkatkan daya saing di industri pariwisata.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat mengasah kemampuan peneliti dalam menggunakan berbagai metodologi penelitian baik kualitatif maupun kuantitatif dan menambah wawasan praktis yang bisa diterapkan untuk merancang rekomendasi strategis bagi pelaku industri pariwisata.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup dan batasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada Fivelements Retreat Bali dan tidak membandingkan dengan hotel lain, sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk semua jenis akomodasi.
2. Penelitian ini membatasi populasi pada pelanggan Fivelements Retreat Bali yang menggunakan layanan *OTA* dan *Direct Booking*.
3. Penelitian ini membatasi pada *OTA*, *Direct Booking* dan margin keuntungan yang terkait dengan kamar.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Analisis Perbandingan Saluran Distribusi Online Travel Agent dan Direct Booking terhadap Margin Keuntungan di Fivelements Retreat Bali*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi *Online Travel Agent (OTA)* dan *Direct Booking (DB)* di Fivelements Retreat Bali memiliki peran strategis yang saling melengkapi dalam meningkatkan kinerja penjualan hotel. Saluran *OTA* memberikan kontribusi besar terhadap visibilitas dan volume pemesanan karena jangkauannya yang luas dan kemudahan akses bagi konsumen. Namun, penggunaan *OTA* juga dibarengi dengan beban biaya komisi yang cukup tinggi, yakni berkisar antara 15-20%, yang berdampak langsung pada penurunan margin keuntungan. Sementara itu, *Direct Booking* menawarkan margin keuntungan yang lebih tinggi karena tidak dikenakan komisi pihak ketiga. Selain itu, *Direct Booking* memberikan keleluasaan bagi hotel untuk mengatur harga, promosi, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui program loyalitas dan strategi personalisasi.
2. Saluran *Direct Booking* terbukti memberikan margin yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan *Online Travel Agent (OTA)*. Rata-rata pendapatan bersih dari *Direct Booking* mencapai Rp3.799.013,15 per malam tanpa potongan biaya, sedangkan melalui *OTA* hanya sebesar Rp2.426.035,32 setelah dikurangi rata-rata komisi sebesar Rp428.123,88. Meskipun *OTA* mampu

memberikan volume pemesanan yang besar dan jangkauan pasar yang luas, tingginya biaya komisi secara signifikan mengurangi margin keuntungan hotel. Oleh karena itu, strategi distribusi yang diterapkan oleh Fivelements Retreat Bali-dengan memanfaatkan *OTA* untuk meningkatkan visibilitas dan *Direct Booking* untuk mengoptimalkan profitabilitas-merupakan pendekatan yang tepat dan efektif dalam menjaga kinerja keuangan serta daya saing di tengah dinamika industri perhotelan modern.

5.2 Saran

1. Bagi Fivelements Retreat Bali

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Fivelements Retreat Bali semakin mengoptimalkan strategi *Direct Booking* melalui peningkatan kualitas website, program loyalitas, dan personalisasi layanan untuk mendorong pemesanan langsung yang lebih menguntungkan. Di sisi lain, pengelolaan saluran *OTA* juga perlu dilakukan secara selektif dan efisien agar biaya komisi tetap sebanding dengan kontribusinya terhadap visibilitas dan volume pemesanan. Kombinasi distribusi yang seimbang serta pemanfaatan teknologi digital dan media sosial akan memperkuat daya saing dan profitabilitas Fivelements Retreat Bali di tengah persaingan industri perhotelan yang dinamis.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan dalam memilih saluran pemesanan, seperti persepsi terhadap harga, kemudahan penggunaan platform, kepercayaan terhadap keamanan data, dan pengaruh ulasan digital. Penelitian juga dapat diperluas dengan

membandingkan strategi distribusi di berbagai jenis hotel (misalnya hotel budget, hotel butik, dan *luxury resort*) guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, analisis dampak penggunaan teknologi terbaru seperti *chatbot*, AI personalisasi, atau integrasi sistem manajemen pemesanan juga bisa menjadi fokus menarik untuk melihat sejauh mana inovasi digital dapat meningkatkan margin keuntungan dan pengalaman pelanggan.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Barmpa, A. (2018). *How can a hotel increase its direct bookings? The case study of a hotel in Bulgaria*. [Master's thesis University of Gothenburg]. GUPEA - Gothenburg University Publication Electronic Archive. <https://gupea.ub.gu.se/handle/207757901>
- Greensill, G. (2016). *Understanding International Consumers' Behaviour Towards Disintermediation in the Luxury Hotel Market*. University of Pretoria (South Africa).
- Hendriyati, L. (2019). Pengaruh online travel agent terhadap pemesanan kamar di hotel mutiara malioboro yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1).
- Hidayat, T., Suparman, A., & Saputra, A. M. (2024). PENGARUH PROMOSI MELALUI ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) TERHADAP VOLUME PENJUALAN KAMAR DI LASKA HOTEL SUBANG. *The World of Business Administration Journal*.
- Kisliakova, I. (2022). *Strategy to increase domestic and international direct bookings for a hotel: case company X*.
- Lindawati, S., & Hendri, M. (2016). Penggunaan Metode Deskriptif Kualitatif Untuk Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. *Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASTIKOM), Hotel Lombok Raya Mataram*, 833–837.
- Miles, Matthew B., Huberman, M. A. and J. . (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook and Teh Coding Manual for Qualitative Researchers*. SAGE.
- Morales, T. (2017). *Increasing direct booking in hotels*.
- Muresherwa, G., KYOMBA, M. N., & Spencer, J. P. (2022). Indirect Versus Direct Bookings: Hotel Customer Motivations for Online Reservations at Travel Agencies in the Cape Metropole. *Acta Universitatis Danubius. (Economica)*, 18(5).
- Pitoska, E. (2013). E-tourism: The use of internet and information and communication technologies in tourism: The case of hotel units in peripheral areas. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 335–344.
- Purwohedi, U. (2022). *Metode Penelitian Prinsip dan Praktik*. Raih Asa Sukses-Jakarta.
- Rahadi, R. A., Candra, B. P., Rahmawati, D., Kitri, M. L., Putranto, N. A. R., & Faturhman, T. (2021). The Impact of Hotel and Online Travel Agent Collaboration on Summit Siliwangi Hotel's Profit Margin. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10, 229–243.
- Sambodo, A. & B. (2006). *Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel* (S. Suyantoro (ed.)). Penerbit Andi.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sulaiman, S. & K. (2016). *Pengantar Statistika Pariwisata* (D. Nurjamal (ed.)). Alfabeta, CV.
- Tyaswening, Elviani & Kuntari, R. (2023). *Dasar-Dasar Perhotelan* (I. V. Kusumawardhani (ed.)). Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
- Van De Logt, J. (2017). *The Impact of Online Travel Agencies: Is it still relevant for hotels to have their own booking system?*
- Wachyuni, S. S., Wiweka, K., & Liman, M. (2018). Pengaruh online distribution channels (ODS) terhadap hotel revenue. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 64–72.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI