

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI *DIRECT BOOKING*
DAN *INDIRECT BOOKING* TERHADAP PENDAPATAN KAMAR
PADA MANDAPA, A RITZ-CARLTON RESERVE**



POLITEKNIK NEGERI BALI

(Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis,
Politeknik Negeri Bali)

Oleh:

NI MADE MITA UTAMI

NIM. 2115744077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI *DIRECT BOOKING*
DAN *INDIRECT BOOKING* TERHADAP PENDAPATAN KAMAR
PADA MANDAPA, A RITZ-CARLTON RESERVE**



POLITEKNIK NEGERI BALI

(Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis,
Politeknik Negeri Bali)

Oleh:

NI MADE MITA UTAMI

NIM. 2115744077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang diberikan oleh saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* secara parsial dan simultan terhadap jumlah pendapatan kamar di Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif dengan data sekunder melalui analisis uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), uji koefisien determinasi, serta analisis statistik standardized coefficient beta, dengan bantuan program Stastical Product and Service Solutions (SPSS) versi 26. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung untuk *direct booking* lebih besar daripada t-tabel yaitu $8,537 > 1,69092$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan nilai t-hitung untuk *indirect booking* lebih besar daripada t-tabel yaitu $2,933 > 1,69092$ dengan signifikansi $0,006 < 0,05$, menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan dari kedua saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* secara parsial terhadap pendapatan kamar. Uji F menghasilkan nilai F-hitung lebih besar daripada F-tabel sebesar $104,402 > 4,13$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan dari kedua saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* secara simultan terhadap pendapatan kamar. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,864 menunjukkan bahwa saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* memberikan pengaruh yang sangat kuat yaitu sebesar 86,4%, yang dipengaruhi oleh saluran distribusi *direct booking* sebesar 67,3% serta saluran distribusi *indirect booking* sebesar 19,1% terhadap jumlah pendapatan kamar Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve.

Kata Kunci: saluran distribusi, *direct booking*, *indirect booking*, pendapatan kamar.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of direct booking and indirect booking distribution channels, both partially and simultaneously, on the room revenue at Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve. This research employs a quantitative analysis technique using secondary data through classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test and F-test), the coefficient of determination test, and standardized coefficient beta statistical analysis, with the aid of the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) program version 26. Based on the t-test results, the t-count value for direct booking is greater than the t-table value ($8.537 > 1.69092$) with a significance of $0.000 < 0.05$. Similarly, the t-count value for indirect booking is greater than the t-table value ($2.933 > 1.69092$) with a significance of $0.006 < 0.05$. This indicates a significant positive influence of both direct and indirect booking distribution channels partially on room revenue. The F-test yielded an F-count value greater than the F-table value ($104.402 > 4.13$) with a significance of $0.000 < 0.05$. This demonstrates a significant positive influence of both direct and indirect booking distribution channels simultaneously on room revenue. The coefficient of determination value of 0,864 shows that direct booking and indirect booking distribution channels have a very strong influence of 86.4% on the total room revenue of Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve. This influence is contributed by direct booking distribution channels at 67.3% and indirect booking distribution channels at 19.1%.

Keywords: *distribution channels, direct booking, indirect booking, room revenue.*

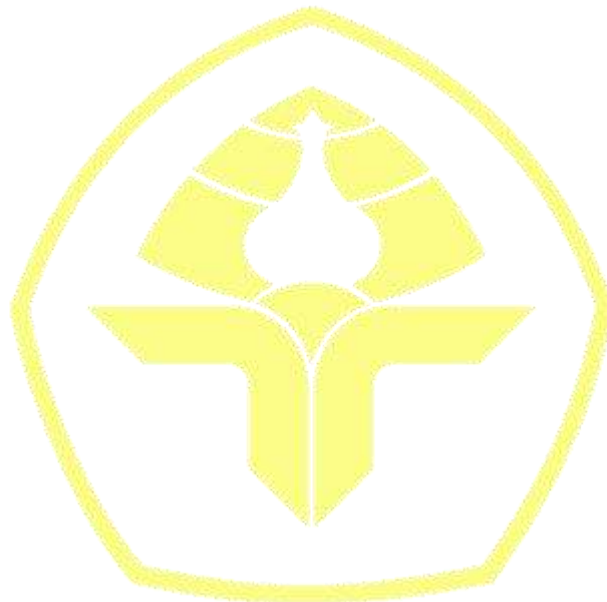
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Telaah Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Segmentasi Pasar	12
2.1.3 Saluran Distribusi.....	15
2.1.4 Penjualan Kamar	17
2.1.5 Pendapatan Kamar.....	18
2.2 Kajian Empirik (Penelitian Terdahulu)	19
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis	28
2.3.1 Kerangka Konsep	28
2.3.2 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30

3.1	Tempat Penelitian	30
3.2	Variabel Penelitian.....	30
3.2.1	Variabel Bebas.....	30
3.2.2	Variabel Terikat	31
3.3	Sumber Data.....	31
3.3.1	Data Primer	31
3.3.2	Data Sekunder	31
3.4	Jenis Penelitian.....	32
3.4.1	Data Kuantitatif.....	32
3.4.2	Data Kualitatif.....	32
3.5	Metode Pengumpulan Data	32
3.5.1	Observasi.....	32
3.5.2	Wawancara	33
3.5.3	Studi Dokumentasi	33
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	34
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.6.3	Uji t (Parsial)	36
3.6.4	Uji F (Simultan)	37
3.6.5	Uji Determinasi (R^2)	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1	Sejarah Singkat Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve	39
4.1.2	Fasilitas Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve	40
4.1.3	Struktur Organisasi <i>Sales and Marketing Department</i>	49
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	55
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.2.3	Uji t (Parsial).....	60
4.2.4	Uji F (Simultan)	63
4.2.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.2.6	Pembahasan Penelitian.....	67

4.3	Implikasi Penelitian.....	72
4.3.1	Implikasi Teoritis.....	72
4.3.2	Implikasi Praktis.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



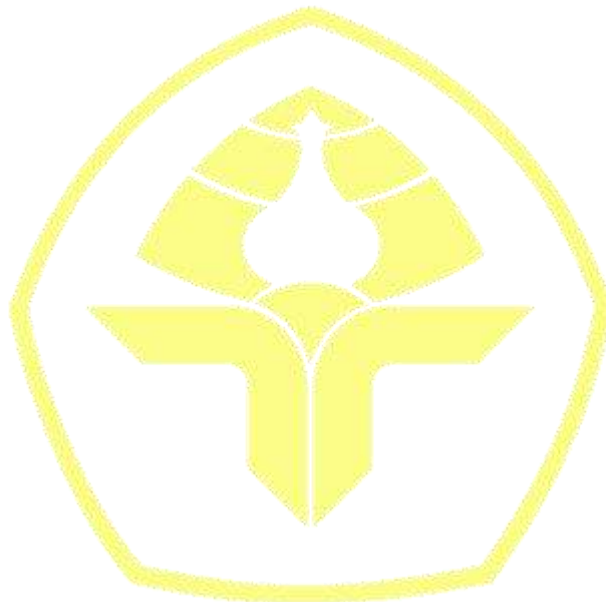
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Total Pendapatan Kamar Tahun 2022-2024.....	3
Tabel 1. 2 Jumlah Penjualan Kamar dan Pendapatan Kamar dari Saluran Distribusi <i>Direct Booking</i> dan <i>Indirect Booking</i> Tahun 2022-2024	5
Tabel 1. 3 Perbandingan Persentase Pertumbuhan Pendapatan Kamar Melalui Saluran Distribusi Tahun 2022 – 2024	6
Tabel 2. 1 Kajian Empirik (Penelitian Terdahulu)	19
Tabel 3. 1 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi.....	38
Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji t	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji F	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Standardized Coefficient Beta	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	28
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	39
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Sales and Marketing Department	49



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2: Lembar Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3: Surat Keterangan Layak Ujian Dosen Pembimbing 1

Lampiran 4: Surat Keterangan Layak Ujian Dosen Pembimbing 2

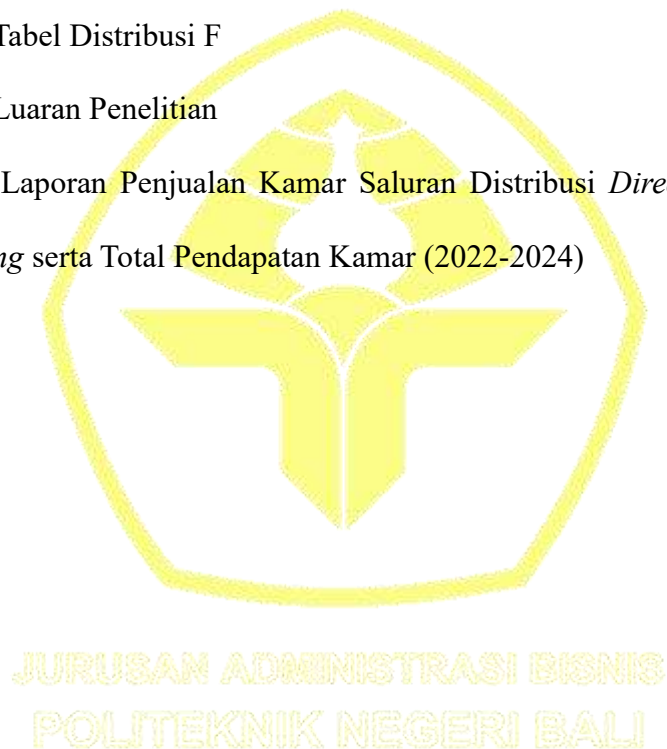
Lampiran 5: Tabel Durbin-Watson (DW)

Lampiran 6: Tabel Distribusi t

Lampiran 7: Tabel Distribusi F

Lampiran 8: Luaran Penelitian

Lampiran 9: Laporan Penjualan Kamar Saluran Distribusi *Direct Booking* dan *Indirect Booking* serta Total Pendapatan Kamar (2022-2024)



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan pariwisata Bali sangat terlihat jelas dari data jumlah tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Bali yang terus mengalami peningkatan. Menurut Data Kepariwisata (Data Statistik Resmi Bulan Desember 2024), 2025) Dinas Pariwisata Provinsi Bali, pada tahun 2024 jumlah wisatawan domestik yang datang ke Bali berjumlah 10. 120. 786 orang dengan kenaikan yang cukup signifikan sebesar 24, 66 persen, sedangkan pada jumlah wisatawan mancanegara berjumlah 6. 333. 360 orang dengan kenaikan yang cukup signifikan sebesar 20,10 persen dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali ini, secara tidak langsung akan melibatkan pengembangan sektor-sektor pendukung lainnya, dimana salah satunya adalah akomodasi yaitu hotel (Sitompul & Nurbaeti, 2022)

Hotel adalah suatu jenis usaha yang berfokus pada penyedia jasa akomodasi atau penginapan. Pada umumnya hotel merupakan penyedia layanan penginapan, makanan dan minuman serta berbagai fasilitas lain yang berbentuk bangunan, lambang, bisnis, atau badan usaha yang dikelola untuk meraih keuntungan (Herlikano et al., 2021). Seiring berkembangnya zaman, usaha akomodasi khususnya hotel akan terus mengalami perkembangan dan terlibat dalam persaingan yang ketat untuk tetap mempertahankan dan

mendapatkan keuntungan yang konsisten sesuai dengan target yang ingin dicapai.

Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve adalah salah satu hotel bintang lima yang berlokasi di pusat kebudayaan Bali yaitu Ubud, dengan jumlah kamar sejumlah 60 kamar yang dibagi menjadi dua tipe kamar yaitu *reserve suite* dan *private pool villa* yang tentunya mengalami perkembangan dan terlibat di dalam persaingan industri hotel di Bali. Di dalam usaha sebuah hotel, kamar merupakan produk utama yang diperuntukan untuk dijual dan merupakan pendapatan terbesar dalam bisnis perhotelan (Kadek Dwiyantri et al., 2024). Menurut Bardi dalam (Kadek Dwiyantri et al., 2024) menyebutkan bahwa “*four factors measure a hotel degree of financial success: occupancy percentage, average daily rate, yield percentage, and room revenue*”. Yang berarti bahwa ada empat faktor yang dapat dijadikan untuk mengukur kesuksesan keuangan sebuah hotel yaitu persentase tingkat hunian kamar, harga kamar, persentase keuntungan, dan pendapatan kamar. Pendapatan kamar sangatlah penting untuk diperhatikan karena pendapatan dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur seberapa baik hotel mengelola operasionalnya dalam jangka waktu tertentu, hotel dapat dikatakan semakin sukses seiring dengan peningkatan pendapatan yang diperoleh.

Berikut adalah data jumlah pendapatan kamar yang diperoleh dari penjualan kamar di Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve dari tahun 2022 – 2024:

Tabel 1. 1 Jumlah Total Pendapatan Kamar Tahun 2022-2024

Tahun	Target Pendapatan	Realisasi Pendapatan	Persentase Pertumbuhan
2022	Rp 65.545.402.306	Rp 112.699.737.491	-
2023	Rp 136.475.535.000	Rp 192.219.547.465	71%
2024	Rp 164.861.696.317	Rp 240.732.565.395	25%

Sumber: *Sales & Marketing* Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve, 2025 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.1 selama tiga tahun terakhir jumlah pendapatan kamar Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve terus mengalami peningkatan yang fluktuatif. Pada tahun 2022 jumlah pendapatan kamar yang diperoleh yaitu sebesar Rp112.699.737.491 dan berhasil melebihi target pendapatan kamar sebesar Rp47.154.335.185. Pada tahun 2023 jumlah pendapatan kamar meningkat sebesar 71% dibandingkan dengan jumlah pendapatan kamar pada tahun sebelumnya yaitu senilai Rp192.219.547.465 dan sukses melebihi target pendapatan kamar sebesar Rp55.744.045.966. Kemudian pada tahun 2024 pendapatan kamar kembali meningkat dengan peningkatan sebesar 25% yaitu senilai Rp240.732.565.395 serta melebihi target pendapatan kamar sebesar Rp75.870.869.077. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pendapatan kamar Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve mengalami pertumbuhan substansial dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dan mampu bersaing dengan industri hotel lainnya.

Dalam proses penjualan suatu produk, salah satu faktor yang sangat penting ialah saluran distribusi (*distribution channel*), yang berfungsi untuk menyalurkan produk yang dimiliki serta mengantarkannya ke tangan

konsumen (Kharisma et al., 2020). Perusahaan dapat membuat pilihan dalam menyalurkan barang atau layanan mereka baik secara langsung (*direct booking*) maupun secara tidak langsung (*indirect booking*). *Direct booking* dapat dijalankan dengan berbagai cara seperti langsung menghubungi pihak hotel untuk memesan kamar baik melalui telepon, fax, email, *official website* maupun melalui program *membership*. Sedangkan *indirect booking* dapat dijalankan melalui suatu perantara atau perusahaan lain yaitu *offline travel agent* seperti Windys Bali Tour & Travel, Pegasus Indonesia Travel, Asia Concierge, Bounty Bali, dan Destination Asia maupun *online travel agent* seperti Agoda, Booking com, Expedia, dan Trip.com (Sulistyaningtyas, 2023).

Total pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve faktanya lebih didominasi oleh saluran distribusi *direct booking* daripada *indirect booking*. Saluran distribusi *direct booking* memberikan kontribusi lebih besar yaitu sejumlah Rp345.164.424.696 dengan jumlah kamar terjual sebanyak 23.661 kamar, dibandingkan dengan *indirect booking* yang hanya berkontribusi sejumlah Rp134.185.806.812 dengan jumlah kamar terjual sebanyak 10.324 kamar saja. Selisih pendapatan kamar yang dihasilkan oleh kedua saluran distribusi tersebut cukup signifikan yaitu sejumlah Rp210.978.617.884 serta selisih jumlah kamar terjualnya sebanyak 13.337 kamar. Rincian jumlah penjualan kamar dan pendapatan kamar yang diperoleh dari kedua saluran distribusi tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2 Jumlah Penjualan Kamar dan Pendapatan Kamar dari Saluran Distribusi *Direct Booking* dan *Indirect Booking* Tahun 2022-2024

Direct Booking			Persentase Pertumbuhan
Jumlah Kamar		Pendapatan Kamar	
2022	5802	Rp 70.498.930.298	-
2023	7984	Rp 119.560.435.481	69%
2024	9874	Rp 155.105.058.917	29%
Indirect Booking			Persentase Pertumbuhan
Jumlah Kamar		Pendapatan Kamar	
2022	2481	Rp 26.887.988.981	-
2023	3733	Rp 49.027.951.349	82%
2024	4110	Rp 58.269.866.482	19%

Sumber: *Sales & Marketing* Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve, 2025 (data diolah)

Berdasarkan pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa baik *direct booking* atau *indirect booking* mengalami peningkatan jumlah pendapatan kamar yang fluktuatif terhadap total pendapatan kamar yang dimana sekilas tentu menunjukkan kondisi yang baik dan memperlihatkan adanya pertumbuhan. Namun, pada nyatanya persentase tingkat peningkatan antara kedua saluran distribusi tersebut belum maksimal dan belum mencapai harapan sesuai dengan target persentase peningkatan, senilai dengan jumlah persentase peningkatan total pendapatan kamar hotel tersebut yang digunakan sebagai tolak ukur. Persentase jumlah kenaikan yang diperoleh dari jumlah pendapatan antara kedua saluran distribusi tersebut disajikan pada tabel 1.3 di bawah:

Tabel 1. 3 Perbandingan Persentase Pertumbuhan Pendapatan Kamar Melalui Saluran Distribusi Tahun 2022 – 2024

YoY Change	Target Pertumbuhan Total Pendapatan Kamar	Realisasi Pertumbuhan Total Pendapatan Kamar	
		Direct Booking	Indirect Booking
2023	71%	69%	82%
2024	25%	29%	19%
Perubahan		-40 pp.	-63 pp.

Sumber: *Sales & Marketing* Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve, 2025 (data diolah)

Pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terjadi beberapa penurunan jumlah persentase pada peningkatan pendapatan kamar melalui saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking*. Pada tahun 2023 total pendapatan kamar meningkat sebesar 71% dari tahun 2022, tetapi *direct booking* tidak berhasil mencapai target dimana hanya meningkat sebesar 69% saja sedangkan *indirect booking* berhasil melampaui target dengan mengalami peningkatan sebesar 82% dari tahun 2022. Di sisi lain pada tahun 2024 total pendapatan kamar meningkat sebesar 25% dari tahun 2023, berbanding terbalik dengan tahun sebelumnya *direct booking* berhasil mencapai target dimana mengalami peningkatan persentase sebesar 29%, tetapi sebaliknya tidak berhasil dicapai oleh *indirect booking* dengan mengalami peningkatan persentase sebesar 19% saja. Di antara kedua saluran distribusi tersebut, nyatanya mengalami penurunan peningkatan pendapatan yang cukup fluktuatif pada tahun 2023 dan

2024, dengan selisih penurunan persentase tertinggi dialami oleh *indirect booking* yaitu sebesar -63pp. serta selisih pada *direct booking* sebesar -40pp.

Berdasarkan kondisi diatas maka penting untuk dilakukannya penelitian guna memahami lebih dalam mengenai bagaimana hubungan serta pengaruh yang diberikan oleh kedua saluran distribusi tersebut terhadap pendapatan kamar melalui penelitian yang berjudul "Pengaruh Saluran Distribusi *Direct Booking* dan *Indirect Booking* Terhadap Pendapatan Kamar Pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian, yaitu:

1. Apakah saluran distribusi *direct booking* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve?
2. Apakah saluran distribusi *indirect booking* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve?
3. Apakah saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi *direct booking* terhadap pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve.

2. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi *indirect booking* terhadap pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve.
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* secara bersama-sama terhadap pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang diharapkan melalui proyek akhir ini yaitu memberikan gambaran mengenai bagaimana pengaruh saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* terhadap jumlah pendapatan kamar pada Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve sekaligus menerapkan pengetahuan yang sudah diperoleh selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Mahasiswa

Sebagai salah satu ketentuan dalam menuntaskan program Diploma IV di Politeknik Negeri Bali serta sebagai salah satu cara untuk membandingkan antara teori yang didapatkan di kelas perkuliahan dengan keadaan yang sesungguhnya.

b) Bagi Politeknik Negeri Bali

Menjadi bahan acuan serta sebagai sumber rujukan bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali di masa depan apabila ingin mengeksplorasi topik penelitian yang sejenis.

c) Bagi Perusahaan

Memberikan wawasan kepada perusahaan mengenai bagaimana pengaruh dari saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* terhadap jumlah pendapatan kamar hotel serta agar dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menyusun strategi sebagai upaya meningkatkan jumlah pendapatan kamar di perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian diperlukan sistematika penulisan yang runtut untuk memperjelas hal yang akan di paparkan, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab inti, antara lain:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat lima (5) subbab. Pertama yaitu latar belakang yang akan menguraikan permasalahan yang ditemui di tempat penelitian yang menjadi alasan munculnya gagasan dalam melakukan penelitian. Kedua yaitu rumusan masalah yang bertujuan untuk menguraikan permasalahan yang akan diangkat. Ketiga adalah tujuan penelitian yang berisikan maksud dari penelitian ini dilakukan. Keempat yaitu manfaat penelitian yang bertujuan untuk memperjelas perihal manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian. Kelima yaitu sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan telaah teori atau penjelasan tentang teori yang akan diteliti yang disusun secara teratur mengenai definisi dan dasar teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai penjualan kamar melalui saluran distribusi *direct* dan *indirect booking* serta total pendapatan kamar. Referensi berasal dari buku, jurnal, berita, dan artikel ilmiah yang dikutip sesuai kebutuhan. Serta disajikan pula kerangka teoritis yang menggambarkan seluruh proses pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

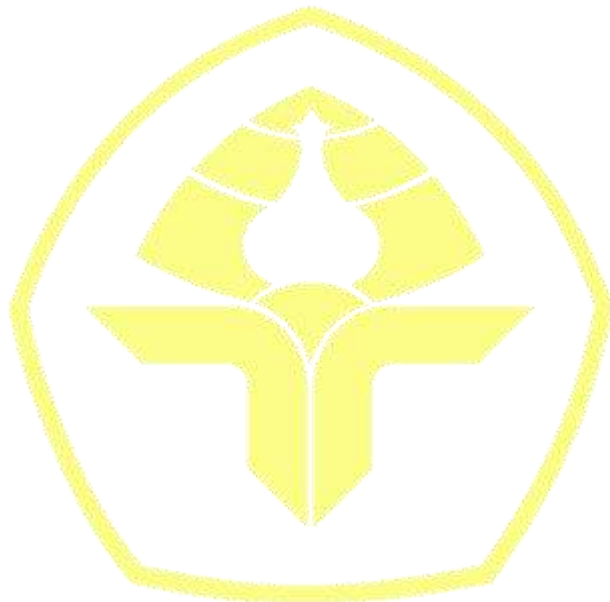
Dalam bab ini menjelaskan tentang variabel, jenis dan sumber data yang akan diteliti, akan dibahas pula mengenai teknik pengumpulan data untuk penelitian ini. Setelah jenis dan sumber data beserta teknik pengumpulan data telah ditemukan maka hal selanjutnya adalah metode yang akan digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah perusahaan, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan pada *Sales and Marketing Department* di Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve, fasilitas pada lokasi penelitian serta pembahasan mengenai permasalahan yang diteliti beserta analisis yang telah ditentukan.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai simpulan dari hasil penelitian serta saran yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi *direct booking* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan kamar Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve dengan diperolehnya nilai sig. 0,000 < 0,05 dan nilai t-hitung 8,537 > t-tabel 1,69092 serta memberikan pengaruh sebesar 67,3% yang berasal dari website, *membership*, email, dan telepon.
2. Saluran distribusi *indirect booking* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan kamar Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve dengan diperolehnya nilai sig. 0,006 < 0,05 dan nilai t-hitung 2,933 > t-tabel 1,69092 serta memberikan pengaruh sebesar 19,1% yang berasal dari *offline travel agent* dan *online travel agent*.
3. Saluran distribusi *direct booking* dan saluran distribusi *indirect booking* berpengaruh positif signifikan secara bersama-sama terhadap pendapatan kamar Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve dengan diperolehnya nilai sig. 0,000 < 0,05 dan nilai F-hitung 104,402 > F-tabel 4,13, serta memberikan pengaruh yang sangat kuat yaitu sebesar 86,4%. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa bila saluran distribusi *direct booking* meningkat sebanyak 1 unit dengan anggapan saluran distribusi *indirect booking* bernilai tetap maka pendapatan kamar akan meningkat sebesar

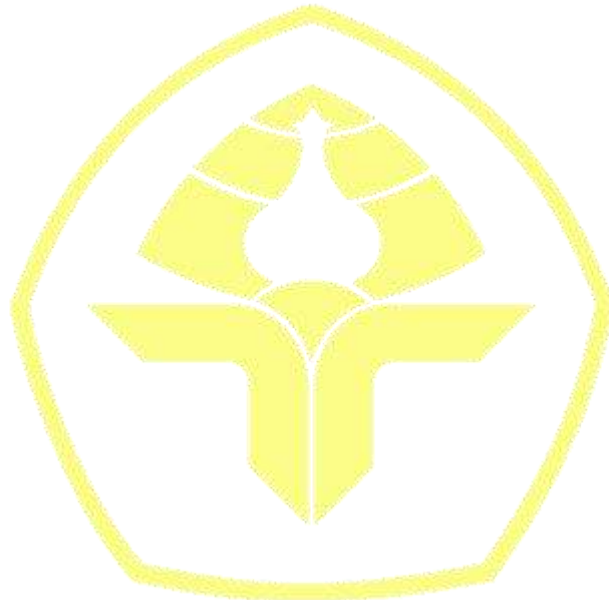
Rp21.848.982,604, kemudian apabila saluran distribusi *indirect booking* meningkat sebanyak 1 unit dengan anggapan saluran distribusi *direct booking* bernilai tetap maka pendapatan kamar yang diperoleh akan meningkat sebesar Rp15.147.594,978, serta sebaliknya apabila kedua saluran distribusi *direct booking* dan *indirect booking* bernilai 0 maka pendapatan kamar yang diperoleh hanya bernilai Rp3.550.324,572,604.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang sudah dilakukan, berikut saran yang dapat diusulkan untuk dapat dipertimbangkan oleh pihak Mandapa, a Ritz-Carlton Reserve dalam mengoptimalkan pendapatan kamarnya antara lain:

1. Mempertahankan dan tetap meningkatkan strategi penjualan kamar melalui saluran distribusi *direct booking* baik melalui website resmi hotel dengan meningkatkan pengalaman pemesanan kamar yang lebih efisien, atraktif dan informatif, mengoptimalkan program *membership* (Marriott Bonvoy) dengan meningkatkan komunikasi dan personalisasi hubungan dengan konsumen *member*, ataupun gencar mencantumkan alamat situs pemesanan kamar langsung pada setiap konten di media sosial termasuk email dan telepon resmi hotel, dikarenakan pengaruh yang diberikan lebih kuat dan keuntungan yang didapatkan lebih besar sebab terhindar dari biaya komisi.

2. Mengevaluasi kerjasama dengan saluran distribusi *indirect booking* yaitu *offline travel agent* dan *online travel agent* dengan melakukan negosiasi tingkat komisi yang lebih rendah, proaktif dalam melakukan pembaharuan terhadap profil dan kelengkapan informasi hotel di berbagai platform pihak ketiga, menerapkan harga yang bersifat dinamis, meninjau kembali syarat dan ketentuan kontrak serta fokus mempererat kemitraan terhadap *agent partner* yang terbukti berkinerja baik untuk memastikan profitabilitas lebih optimal.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, C., Prabawati, N. P. D., & Prateka, I. W. R. C. (2022). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Kamar di Villa Jerami & Spa Pada Masa Pandemi COVID-19. *Journal of Hotel Management*, 1(1).
- Armana, M. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2018). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TARIF KAMAR TERHADAP PENDAPATAN HOTEL DAMAI DI SINGARAJA TAHUN 2013. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, 9.
- Arnawa, I. P. (2020). Pengaruh Tingkat Hunian Kamar dan Pendapatan Spa terhadap Laba Operasional di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *Jurnal Bisnis Hospitaliti | P-ISSN 2302-8343 | E-ISSN 2581-2122*, 9.
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian, Vol. 3 No. 5. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmia*.
- Data Kepariwisata (Data Statistik Resmi Bulan Desember 2024). (2025, February 7). Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat* (edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrizadi, R., & Komalasari, E. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN DI INDRAKO SWALAYAN TELUK KUANTAN. *Jurnal Valuta, Vol 2 No 2, ISSN : 2502-1419*, 286-303.
- Haryadi, W., & Pamungkas, B. D. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN HOTEL (STUDI KASUS HOTEL BAHU-BAHU SEKONGKANG KABUPATEN SUMBAWA BARAT) TAHUN 2012-2016. *Jurnal Gama Societa, Vol. 2 No. 1*, 42–47.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal Peningkatan Mutu Keilmuan Dan Kependidikan Islam, Volumen 8, Nomor 1*.
- Herlikano, Rr. P. C., Sari, N. P. R., & Sulistyawati, A. S. (2021). Pengaruh online dan offline reservations terhadap tingkat hunian kamar hotel jakarta yogyakarta. *JURNAL KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITAS Vol5, No 2*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/view/58351/42667>
- Kadek Dwiyantri, N., Agus Prayogi, P., Made Bayu Wisnawa, I., Sudarsana, K., & Gusti Agung Sasih Gayatri, I. (2024). PENGARUH PENJUALAN KAMAR DAN PENJUALAN MAKANAN MINUMAN TERHADAP PENDAPATAN HOTEL DI PURI DAJUMA BEACH ECO RESORT & SPA PEKUTATAN,

JEMBRANA-BALI. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, I(2). www.balilanguageassistance.com

Kartika, I. W. A. K., Astawa, I. K., & Ernawati, N. M. (2022). *The Influence of Direct Booking and Indirect Booking Distribution Channels on Room Revenue at Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali*.

Kharisma, M. D., Pitanatri, P. D. S., & Pramana, I. D. P. H. (2020). Pengaruh saluran distribusi offline dan online travel agent dan implikasinya terhadap revenue per available room di the anvaya beach resort bali. *JURNAL KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITAS* Vol. 4, No. 1, 4.

Muhammad, A., & Sismar, A. (2024). PERAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO SINAR ANEKA SORONG PAPUA BARAT DAYA. *Jurnal Imiah Bisnis & Kewirausahaan*, 13(1).

Panjaitan, S. A. M. R. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN* (S. S. SIP, Ed.; Vol. 1). PENERBIT SUKARNO PRESSINDO.

Pantiyasa, I. W. (2019). *Metodologi Penelitian* . Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional .

Prasetyo, A., & Susanti, R. (2016). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PT. Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, Vol. 10 No. 2.

Puspita, D. A. A. I., Astawa, I. K., Suparta, I. K., Widana, I. P. K. A., & Nurjaya, I. W. (2022). Implementation of Advertising and Telemarketing to Increase Room Revenue at Nandini Jungle Resort and Spa. *International Journal of Glocal Tourism*, 3(3).

Sabudi, I. N. S., Suta, I. P. A. A., & Witarsana, I. G. A. G. (2023). Examining the Effects of Online Travel Agents on Room Revenue: An Empirical Investigation at Aloft Bali Seminyak. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research* EISSN: 2395-7662, Vol 9, No 2, 2023, Pp 11-16 .

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Leonita, S., & Nursaidah. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN* (M. Suardi, Ed.; 1st ed.). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).

Setiyarti, T., & Wardhana, I. W. W. (2024). SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENDAPATAN SEBUAH HOTEL. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 7 No. 2.

Sitompul, S., & Nurbaeti. (2022). PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP PEMESANAN KAMAR DI MERCURE NEXA BANDUNG.

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398 Vol. 7, NO. 09, September 2022.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyaningtyas, Y. (2023). ANALISIS KONTRIBUSI ONLINE SEGMENT TERHADAP TINGKAT HUNIAN DI SWISS-BELHOTEL BALIKPAPAN. *Jurnal Seni Dan Desain, Volumen 5, Nomor 2*.
- Surya, D. G., & Farhaeni, M. (2019). *PENGARUH KARAKTERISTIK SEGMENTASI PASAR TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR THE ALEA HOTEL SEMINYAK* . 2(2).
- Tonapa, M. R., Asri, M., & Tongli, B. (2020). MARKET STRATEGY AND MARKET SEGMENT: IMPLIKASI KINERJA KEUANGAN HOTEL NOVOTEL MAKASSAR. *MARKET STRATEGY AND MARKET SEGMENT. AJAR, VOL. 3 NO 2, 3*, 161–175.
- Wahyu Sucipta Adi Pradana, I. M., Dirga Surya Arya Widhyandanta, I. G., & Dian Yuliani Paramita, P. (2024). Dampak Reservasi Travel Agent Terhadap Tingkat Hunian Kamar. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 03(9).
- Wibowo, L. A. O., Sutopo, I. K., & Susila, I. M. G. D. (2024). BIAYA PROMOSI DAN TARIF KAMAR TERHADAP PENDAPATAN KAMAR DI HOTEL THE HAVEN BALI SEMINYAK. *Journal Research of Management*, 5(2).
- Wijayanthi, I. A. T., & Kusuma, I. B. A. (2021). ANALISIS BIAYA BAURAN PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN KAMAR DI GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI . *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)* , 3(1).
- Windi, A., I N, S., & I M, W. (2018). Influence of Advertising Expense, and Cost of Room Sold on Room Revenue in ISBD. *Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax*, 1(1).