

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI STRATEGI PENETAPAN HARGA KAMAR HOTEL
DENGAN DYNAMIC PRICING DALAM MENINGKATKAN ROOM
REVENUE PADA HOTEL IBIS STYLES BALI LEGIAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh :

PUTU MARCELA KURNIA DEWI

NIM : 2015744086

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI STRATEGI PENETAPAN HARGA KAMAR HOTEL
DENGAN DYNAMIC PRICING DALAM MENINGKATKAN ROOM
REVENUE PADA HOTEL IBIS STYLES BALI LEGIAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapam Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh :

PUTU MARCELA KURNIA DEWI

NIM : 2015744086

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

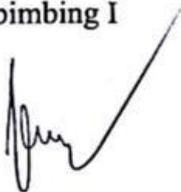
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Implementasi Strategi Penetapan Harga Kamar
Dengan *Dynamic Pricing* Dalam Meningkatkan
Room Revenue Pada Hotel Ibis Styles Bali Legian
2. Penulis
 - a. Nama : Putu Marcela Kurnia Dewi
 - b. NIM : 2015744086
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 10 Juli 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
Menyetujui

Pembimbing I



I Wayan Sukarta, S.E M.Ag
NIP.196005191989101001

Pembimbing II



Putu Adriani Prayustika, S.E.,M.M
NIP.198406082015042002

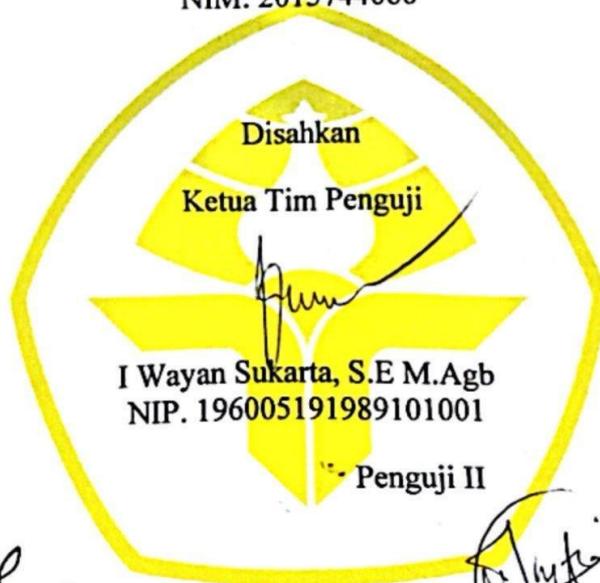
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**IMPLEMENTASI STRATEGI PENETAPAN HARGA KAMAR KAMAR
HOTEL DENGAN DYNAMIC PRICING DALAM MENINGKATKAN
ROOM REVENUE PADA HOTEL IBIS STYLES BALI LEGIAN**

Oleh:

PUTU MARCELA KURNIA DEWI

NIM: 2015744086



Penguji I

Ni Ketut Lasmini, SE., M.Ag
NIP. 196512161990032002

Penguji II

Ni Luh Made Wijayati, SE., M.Si
NIP. 196401141988112001

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.MBA.Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 28 Agustus 2024
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua

Ketut Vini Elfarosa, SE., MM
NIP. 19761203200812200

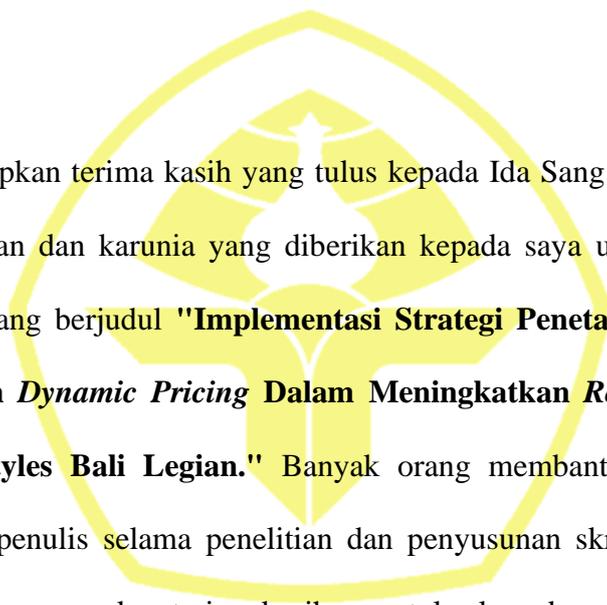
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

**“Bukanlah kata hebat yang membuat mu hebat,
Melainkan dari segala hasil yang telah kamu dapat dan melihat orang tua
tersenyumlah hebat yang sejatinya”**

Persembahan :

Saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas kesempatan dan karunia yang diberikan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **"Implementasi Strategi Penetapan Harga Kamar Hotel Dengan *Dynamic Pricing* Dalam Meningkatkan *Room Revenue* Pada Hotel Ibis Styles Bali Legian."** Banyak orang membantu, mendukung, dan membimbing penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini. Akibatnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

- 
- JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
1. Dosen Pembimbing I, Bapak I Wayan Sukarta, S.E M.Agb,
 2. Dosen pembimbing II, Ibu Putu Adriani Prayustika, S.E.,M.M
 3. Kepada seluruh Departement Hotel Ibis Styles Bali Legian
 4. Kepada Mama dan Bapak

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putu Marcela Kurnia Dewi

NIM : 2015744086

Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“Implementasi Strategi Penetapan Harga Kamar Dengan Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Ibis Styles Bali Legian”

Adalah memang benar hasil karya saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
Badung,
POLITEKNIK NEGERI BALI

Yang menyatakan,



Putu Marcela Kurnia Dewi

NIM. 2015744086

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi penetapan harga dengan *dynamic pricing* dalam meningkatkan *room revenue* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian dengan menggunakan analisis data kualitatif deskriptif, analisis reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif pengambilan sampel pada penelitian ini dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik wawancara dengan informan terdiri dari 3 orang yang berasal dari departemen sales and marketing. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel Ibis Styles Bali Legian menerapkan *Dynamic Pricing* dan sangat berpengaruh terhadap *room revenue* hotel. Mengingat Hotel Ibis Styles Bali Legian berada dibawah naungan accor hal tersebut juga membuat harga sewaktu-waktu berubah. Seperti halnya menetapkan harga berdsarkan musim dan acara, berdasarkan waktu pemesanan, dan berdasarkan waktu persaingan. Menggunakan metode *dynamic pricing* merupakan hal yang sangat penting bagis department sales and marketing untuk meningkatkan *room revenue* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian

Kata kunci : Strategi Penetapan Harga, Dynamic Pricing, Room Revenue.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This research aims to determine the implementation of pricing strategies and room types with dynamic pricing in increasing room revenue at the Ibis Styles Bali Legian Hotel by using descriptive qualitative data analysis, data reduction analysis, data presentation, and drawing conclusions. The data analysis method in this research uses descriptive qualitative sampling in this research using observation, interviews and documentation. The interview technique with informants consisted of 3 people from the sales and marketing department. The results of this research show that the Ibis Styles Bali Legian Hotel applies Dynamic Pricing and it has a big influence on the hotel's room revenue. Considering that the Ibis Styles Bali Legian Hotel is under the auspices of Accor, this also causes prices to change from time to time. Such as setting prices based on seasons and events, based on order times, and based on competition times. Using the dynamic pricing method is very important for the sales and marketing department to increase room revenue at the Ibis Styles Bali Legian Hotel.

Keyword : Pricing Strategy, Dynamic Pricing, Hotels, Room Revenue

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Implementasi Strategi Penetapan Harga Kamar Dalam Meningkatkan *Room Revenue* Pada Hotel Ibis Styles Bali Legian”** Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan, dukungan dan yang pastinya bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk memberikan tempat dan wadah untuk menimba gelar.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D. selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis.

3. Bapak I Wayan Sukarta, S.E M.Agb, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan mulai dari Praktek Kerja Lapangan hingga terselesaikannya skripsi ini tepat waktu.
4. Ibu Putu Adriani Prayustika, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, tenaga, petunjuk dan juga bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
5. Bapak dan Ibu dosen pada jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan pembelajaran pada setiap semesternya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
6. Ibu Megy Pattianakota selaku *General Manager* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian yang telah memberikan kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
7. Kepada seluruh pegawai Hotel Ibis Styles Bali Legian yang telah membantu penulis dalam memberikan tentang hal-hal dalam industri pariwisata terutama di bidang perhotelan.
8. Orang Tua: Bapak I Ketut Wirya Wirawan dan Ibu Ni Nyoman Darmiasih yang tidak henti-hentinya memberikan semangat kepada anaknya.
9. Kepada kakak Ir Ni Ketut Sri Agustini, S.TP.,M.TP yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, dukungan, motivasi dan selalu membantu penulis dalam memberikan informasi-informasi tentang penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna yang pastinya dari beberapa hal perlu untuk di sempurnakan, hal ini dikarenakan terbatasnya pengalaman dari penulis dalam membuat karya ilmiah. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan dalam proses penyempurnaan selanjutnya. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak terkait yang membutuhkan. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Badung, 10 Juli 2024

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Manfaat Kegiatan	25
BAB II JAIAN TERORI	12
2.1 Landasan Teori	27
2.1.1 Manajemen Pemasaran	27
2.1.2 Strategi Pemasaran	28
2.1.3 Penetapan Harga	30

2.1.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	33
2.1.6	Langkah-langkah Strategi Penetapan Harga.....	35
2.1.7	Dynamic Pricing	42
2.1.8	Pentingnya Strategi Dynamic Pricing Pada Industri Perhotelan	43
2.1.9	Tingkat Hunian Kamar	46
2.1.10	Penjualan Kamar.....	47
2.2	Kajian Penelitian Terdahulu	49
2.3	Kerangka Teoritis	57
BAB III METODE PENELITIAN		58
3.1	Tempat Penelitian	58
3.2	Objek Penelitian	58
3.3	Sumber Data	59
3.3.1	Data Primer	59
3.3.2	Data Sekunder.....	59
3.4	Jenis Data	59
3.4.1	Data Kualitatif.....	44
3.5	Metode Pengumpulan Data	60
3.5.1	Observasi.....	60
3.5.2	Wawancara	60
3.5.3	Dokumentasi	61
3.6	Teknik Analisis Data	61
3.6.1	Pengumpulan Data	62

3.6.2	Reduksi Data	62
3.6.3	Penyajian Data.....	62
3.6.4	Penarikan Kesimpulan.....	63
BAB IV PEMBAHASAN.....		64
4.1	Gambaran Umum.....	64
4.1.1	Sejarah Perusahaan	64
4.2.1	Struktur Organisasi	67
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan	74
4.2.1	Jenis Penyesuaian Harga Kamar	76
4.2.2	Manfaat Strategi Dynamic Pricing.....	84
4.2.3	Risiko Yang Mungkin Terjadi	86
4.2.4	Strategi Penerapan Dynamic Pricing Hotel	87
BAB V PENUTUP.....		89
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Saran.....	90

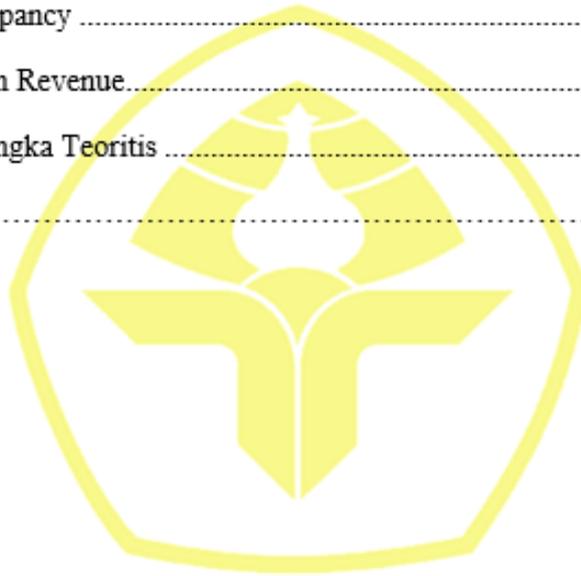
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Average Room Rate.....	19
Gambar 1.3 Room Sold.....	20
Gambar 1.4 Occupancy.....	21
Gambar 1.5 Room Revenue.....	21
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	57
Gambar 4.1.....	67



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Room Production by Room Type tahun 2023	19
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	49
Tabel 4.1 Harga Kamar Ibis Styles Bali Legian Berdasarkan Musim.....	
Tabel 4.2 Harga Kamar Ibis Styles Bali Legian Berdasarkan Waktu Pemesanan	



UNIVERSITAS AL-MADANIYAH INDONESIA
POLITEKNIK HIGIENE BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar konsultasi bimbingan asli pembimbing I

Lembar konsultasi bimbingan asli pembimbing II

Surat keterangan penyelesaian skripsi

Surat keterangan penggunaan karya mahasiswa

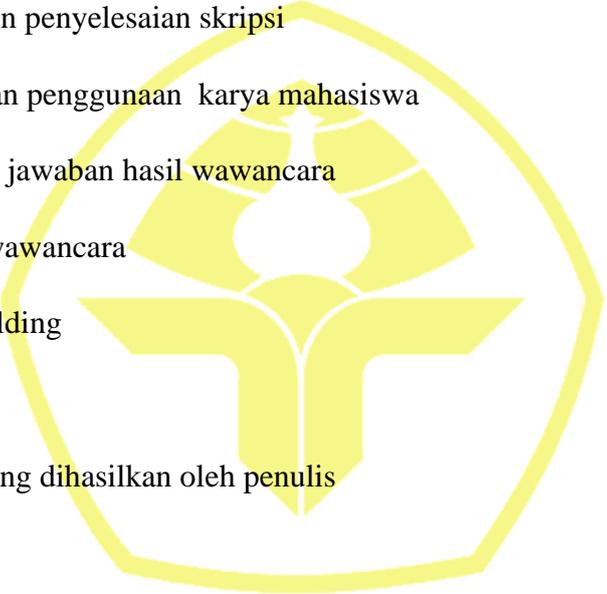
Pertanyaan dan jawaban hasil wawancara

Dokumentasi wawancara

Reservation holding

Rate grid

Hasil/output yang dihasilkan oleh penulis



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, yang dikenal sebagai negara seribu pulau, memiliki 17.504 pulau yang tersebar di seluruh kepulauan. Salah satu pulau yang paling terkenal di antaranya adalah Pulau Bali. Pulau ini dikenal karena kekayaan budaya dan adatnya yang masih kental. Kehidupan budaya yang begitu kuat menjadi daya tarik utama bagi banyak wisatawan asing yang ingin merasakan keindahan Indonesia. Selain itu, Bali juga terkenal dengan keberagaman dan keunikan masakan tradisionalnya serta pesonanya yang menenangkan hati dan pikiran dengan keindahan alamnya yang memukau. Berkembangnya pariwisata di Bali telah menjadikan sektor pariwisata sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat Bali. Dengan datangnya wisatawan asing dan lokal yang berbondong-bondong mengunjungi Bali setiap tahunnya, sektor pariwisata telah menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat setempat. Wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik akan mencari tempat yang nyaman untuk ditempati untuk beristirahatnya seperti hotel maupun rumah sewa.

Hotel adalah tempat yang menyediakan akomodasi, makanan, minuman, dan layanan lainnya kepada tamu yang ingin tinggal sementara. Industri perhotelan Bali terus berkembang pesat dengan membangun berbagai jenis akomodasi, mulai dari hotel mewah hingga penginapan budaya lokal, sebagai tanggapan terhadap peningkatan permintaan akan akomodasi hotel seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan domestik dan internasional. Selain itu, hotel dapat dikategorikan berdasarkan lokasi, tarif kamar, dan bintangnya.

Dengan masuknya berbagai pemain baru, seperti hotel-hotel independen dan platform pemesanan online, persaingan di pasar perhotelan semakin ketat. Pelanggan memiliki lebih banyak pilihan saat memilih hotel karena banyaknya pilihan akomodasi yang tersedia. Dalam manajemen perhotelan, penggunaan teknologi menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Hotel harus dapat memanfaatkan data dan analisis untuk mengoptimalkan harga kamar, menyesuaikan tipe dan fasilitas kamar dengan permintaan pelanggan, dan meningkatkan visibilitas mereka di platform pemesanan online. Perilaku konsumen dalam mencari akomodasi berubah seiring dengan kemajuan teknologi. Konsumen lebih cenderung menggunakan situs pemesanan online untuk membandingkan harga, tipe, dan fasilitas kamar hotel. Karena hotel harus bersaing secara aktif untuk menarik pelanggan yang semakin memilih, hal ini berdampak langsung pada persaingan di pasar perhotelan.

Untuk menikmati liburan yang panjang, banyak orang memilih menginap di hotel yang dekat dengan tempat wisata. Keberadaan berbagai lokasi wisata yang memiliki fasilitas penginapan juga dapat menarik lebih banyak pengunjung dan

mendorong pertumbuhan bisnis perhotelan di sekitarnya. Jumlah perusahaan perhotelan di Bali meningkat setiap tahun, menyebabkan persaingan yang ketat. Puncak permintaan, seperti libur Natal dan Tahun Baru, menentukan harga kamar lebih tinggi daripada hari-hari biasa. Juli dan Agustus adalah bulan musim panas di Hotel Ibis Styles Bali Legian, sementara Desember hingga Januari adalah bulan musim dingin.

Bisnis perhotelan saat ini dituntut untuk menyediakan kamar hotel yang lebih berkualitas dengan harga yang kompetitif. Perusahaan penginapan harus mempertimbangkan strategi pemasaran harga jasa selain meningkatkan kualitas layanan. Harga kamar yang disepakati sangat dipengaruhi oleh persetujuan antara hotel dan pelanggan. Oleh karena itu, departemen penjualan dan pemasaran sangat mempertimbangkan harga kamar. Dengan menggunakan strategi harga yang kompetitif, ada banyak aspek yang perlu dipertimbangkan dalam industri perhotelan. Antara hotel-hotel, harga di sekitar dapat menjadi faktor utama dalam persaingan. Misalnya, Hotel Ibis Styles Bali Legian berada dalam persaingan dengan beberapa hotel seperti Sun Island Legian, Solia Legian, dan Sevn Legian, yang memiliki kategori dan fasilitas yang sebanding dan memiliki harga yang berbeda-beda.

Hotel Ibis Styles Bali Legian merupakan hotel bintang 4 yang terletak di jalan Padma Utara, Legian, Kec. Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Hotel Ibis Styles Bali Legian berada dibawah naungan manajemen accor yang memiliki 113 kamar

dengan tipe kamar *superior room*, *deluxe room*, dan *family room*. Berikut merupakan data *Room Production by Room Type* tahun 2023

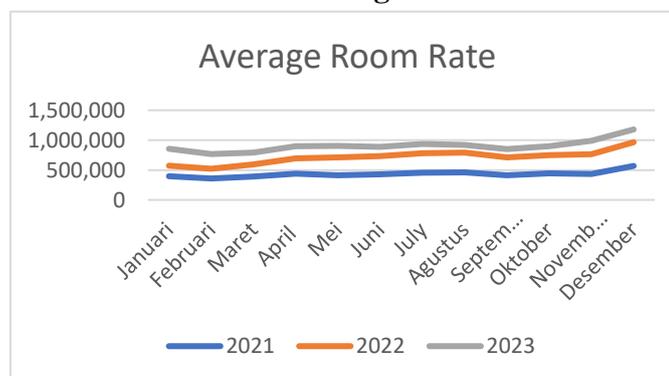
Tabel 1.1 Room Production by Room Type tahun 2023

Room Type	Room Sold 2023	%
Superior Twin Bed	3,519	12%
Superior Double Bed	1,162	4%
Superior Double Pool View	13,230	44%
Superior Twin Pool View	3,353	11%
Deluxe Double Bed	5,741	19%
Deluxe Twin Bed	1,921	6%
Family Room	1,059	4%
Total	29,985	100%

Sumber : Hotel Ibis Styles Bali Legian

Pada setiap tahunnya departemen sales and marketing pastinya menentukan target occupancy yang akan dicapai. Dari tahun ke tahun akan mengalami perubahan dan peningkatan target occupancy. Untuk setiap departemen harus mengoptimalkan tenaga kerjanya dan kualitas hotel. Dapat dilihat pada data berikut dalam peningkatan occupancy.

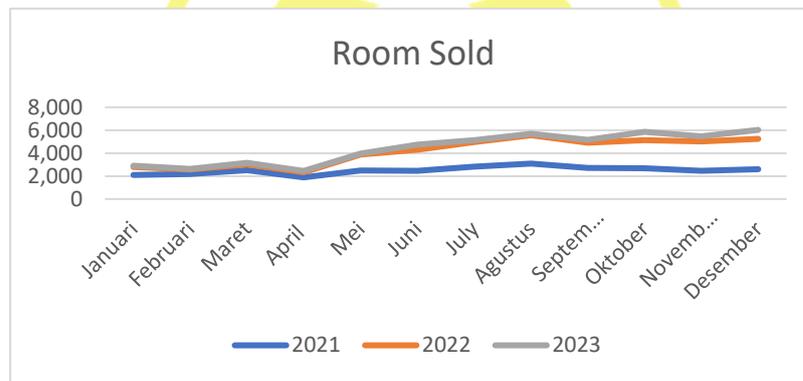
Gambar 1.2 Average Room Rate



Sumber : Hotel Ibis Styles Bali Legian

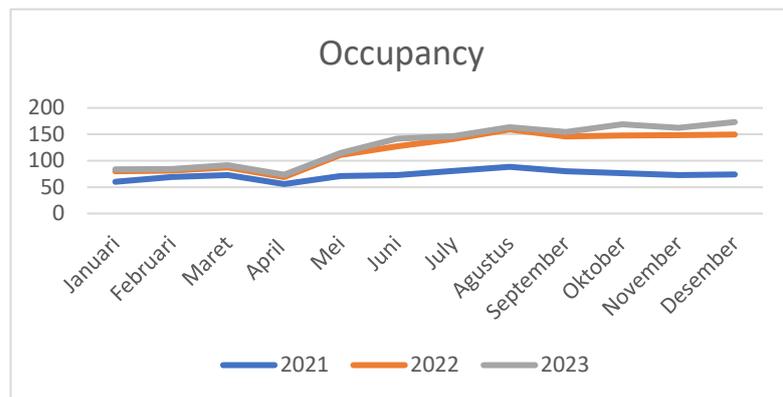
Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa Average Room Rate di tahun 2021, 2022 dan 2023 pada setiap bulannya pada Hotel Ibis Styles Bali Legian sangat tidak stabil. Terlihat pada bulan februari Average Room Rate di bulan Februari sangat turun itu disebabkan karna pada bulan tersebut merupakan bulan yang sepi akan pengunjung. Pada bulan desember sangat tinggi itu disebabkan karna bulan tersebut merupakan bulan yang ramai akan pengunjung yang di sebabkan karna libur natal dan tahun baru.

Gambar 1.3 Room Sold



Sumber : Hotel Ibis Styles Bali Legian

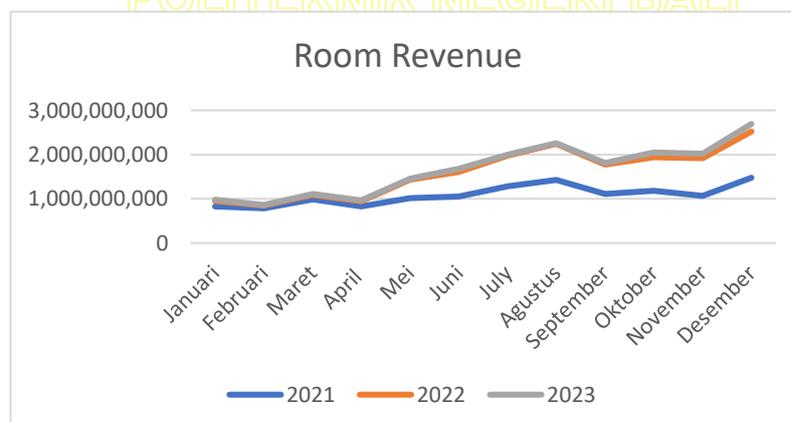
Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa Room Sold di tahun 2021, 2022, dan 2023 pada setiap bulannya pada Hotel Ibis Styles Bali Legian sangat tidak stabil. Dapat dilihat pada bulan april di tahun 2022 dan di tahun 2023 kapasitas room sold sangat sedikit terisi dan bisa dikatakan rendah. Di bulan agustus tahun 2022 dan 2023 room sold sangat tinggi yang disebabkan karna bulan liburan.

Gambar 1.4 Occupancy

Sumber : Hotel Ibis Styles Bali Legian

Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa Occupancy di tahun 2021, 2022, dan 2023 pada setiap bulannya pada Hotel Ibis Styles Bali Legian sangat tidak stabil. Dapat dilihat pada bulan april di tahun 2022 dan di tahun 2023 occupancy sangat sedikit terisi dan bisa dikatakan rendah. Di bulan agustus dan desember tahun 2022 dan 2023 occupancy sangat tinggi yang disebabkan karna bulan liburan.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Gambar 1.5 Room Revenue

Sumber : Hotel Ibis Styles Bali Legian

Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa Room Revenue di tahun 2021, 2022, dan 2023 pada setiap bulannya pada Hotel Ibis Styles Bali Legian sangat tidak stabil. Dapat dilihat pada bulan februari dan april di tahun 2022 dan di tahun 2023 room revenue sangat rendah yang disebabkan karna low season. Di bulan agustus dan desember tahun 2022 dan 2023 room revenue sangat tinggi yang disebabkan karna bulan liburan.

Pada setiap bulannya average room rate, room sold, occupancy, dan room revenue pada hotel Ibis Styles Bali Legian sangat tidak stabil. Itu disebabkan karna terdapatnya musim. Terdapat 3 musim pada hotel Ibis Styles Bali Legian yaitu High Season yaitu dari bulan juni sampai pertengahan september sementara bulan agustus merupakan klimaks dari high season yang disebabkan karena bulan liburan sekolah. Dari bulan desember dan januari merupakan peak season karena bulan tersebut merupakan hari raya natal dan tahun baru. Dari bulan januari hingga april merupakan musim low season dimana pada bulan tersebut merupakan bulan yang sepi akan pengunjung. Dengan adanya 3 musim tersebut menyebabkan average room rate, room sold, occupancy, dan room revenue pada hotel Ibis Styles Bali Legian tidak stabil dan departemen sales and marketing harus lebih meningkatkan strategi penetapan harga yang optimal untuk meningkatkan room revenue yang stabil pada Hotel Ibis Styles Bali Legian.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan kamar adalah dengan menetapkan harga optimal dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang berpengaruh pada harga sewa kamar. Pemasaran strategis adalah upaya menyeluruh untuk meningkatkan minat pasar dengan menawarkan harga kompetitif, sehingga

perusahaan dapat memulai perencanaan dengan menggunakan salah satu pendekatan pemasaran strategis. Pendekatan ini menggunakan bauran pemasaran, atau marketing mix, yang mencakup produk, harga, lokasi, dan promosi.

Hotel Ibis Styles Bali Legian merupakan salah satu dari sekian banyak hotel yang pemesanan kamarnya bisa melalui platform pemesanan online. Dari pemesanan online melalui web tersebut para tamu dapat melihat harga, tipe kamar, dan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh hotel. Accor memiliki platformnya tersendiri untuk pemesanan kamar yaitu dapat diakses pada www.accorhotels.com. Selain itu, hotel Ibis Styles Bali Legian juga sudah tergabung pada platform travel agent lain seperti booking.com, expedia, Traveloka, agoda, hotelbeds, scoopon, PT. Mitra Global Holiday, dan banyak travel agent lainnya lagi yang sudah melakukan tanda tangan kontrak bersama sales manager.

Identifikasi merupakan akar penyebab dari biaya ketidakpastian, namun sebagian besar literatur hanya melihat biaya ketidakpastian dalam industri manufaktur, sementara sektor jasa cenderung diabaikan. Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana biaya ketidakpastian dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga penyedia jasa dengan menghindari risiko dalam memberikan pelayanan. Penetapan harga produk tidak selalu menjamin minat konsumen untuk membeli produk tersebut (Bintarti & Kurniawan, 2017). Dynamic Pricing sangat diperlukan ketika perusahaan menentukan harga kamar yang akan dipasarkan. Sebagai contoh, harga kamar hotel yang ditawarkan untuk individu akan lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan untuk kelompok. Penentuan harga jual kamar tersebut melibatkan berbagai faktor internal maupun eksternal.

Menurut Kimes (2014), yield management adalah proses pengalokasian harga yang tepat untuk pelanggan sesuai dengan musim tertentu, dengan tujuan memaksimalkan pendapatan dari kamar.

Harga merupakan salah satu aspek pemasaran utama dalam bisnis perhotelan karena harga dapat mempengaruhi permintaan. Jika permintaan meningkat sementara pasokan tetap tidak berubah, maka harga kamar cenderung naik. Sebaliknya, jika permintaan menurun dengan pasokan yang tetap, harga kamar akan cenderung turun. Oleh karena itu, dibandingkan dengan tarif penuh, tarif yang lebih rendah (diskon harga) dapat meningkatkan permintaan dan total pendapatan selama musim permintaan rendah. Pada musim permintaan tinggi, pihak perhotelan biasanya hanya menawarkan tarif kamar penuh untuk kelompok guna memaksimalkan pendapatan mereka.

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 berdampak pada optimalisasi penjualan produk dan jasa dalam lingkungan di mana harga dapat dengan mudah disesuaikan. Mengenai harga dinamis untuk layanan, terdapat studi tentang peningkatan penetapan harga yang tepat melalui strategi harga (Qiu et al., 2018). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis, penulis tertarik untuk mengangkat judul “Implementasi Strategi

Penetapan Harga Kamar Dengan Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Ibis Styles Bali Legian.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: bagaimanakah strategi penetapan harga kamar dengan dynamic pricing dapat meningkatkan *room revenue* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk mengetahui strategi penetapan harga kamar dengan dynamic pricing dapat meningkatkan *room revenue* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian.

1.4 Manfaat Kegiatan

Penulisan laporan skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya menjadi pengetahuan mengenai strategi penetapan harga kamar dengan *dynamic pricing* dapat meningkatkan *room revenue* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian.

2. Manfaat praktis

- a. Akademik

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat serta sebagai bahan pertimbangan dan kerangka

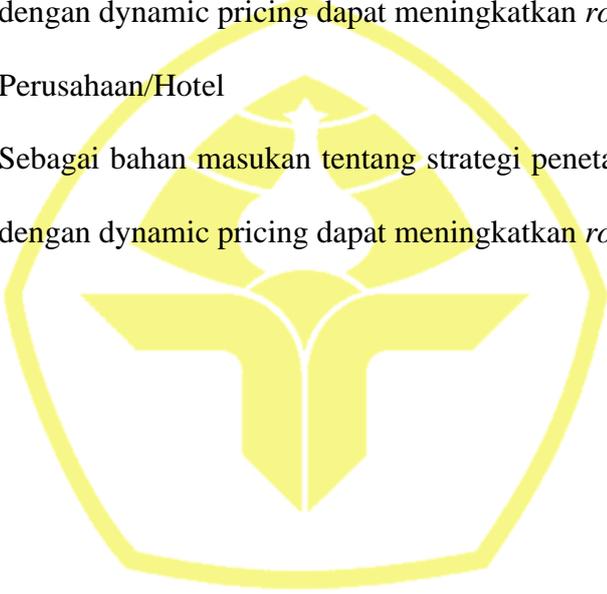
acuan dalam menangani masalah jika dihadapkan dengan permasalahan yang sama.

b. Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana serta dapat menjadi pengembangan ide-ide ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang strategi penetapan harga kamar hotel dengan dynamic pricing dapat meningkatkan *room revenue*

c. Perusahaan/Hotel

Sebagai bahan masukan tentang strategi penetapan harga kamar dengan dynamic pricing dapat meningkatkan *room revenue*.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, dapat disimpulkan strategi penetapan harga kamar dengan dynamic pricing dalam meningkatkan *room revenue* pada Hotel Ibis Styles Bali Legian menjadi beberapa poin, antara lain:

Harga kamar Ibis Styles Bali Legian pada high season atau peak season mungkin akan lebih tinggi dibandingkan pada low season. Ibis Styles Bali Legian saat high season untuk menangani tingginya permintaan dengan strategi

Ibis Styles Bali Legian dapat memiliki tarif pemesanan awal , sering disebut early bird, untuk pelanggan yang memesan jauh hari sebelumnya, yang bisa 1 minggu, 2 minggu atau 1 bulan sebelumnya. Early bird membantu hotel secara bertahap mengisi kamar kosong dan memaksimalkan pendapatan, sementara pelanggan dapat memilih kamar dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dengan harga yang bagu

Ibis Styles Bali Legian dapat memantau harga kamar pada kompetitor dan menyesuaikan harga kamar mereka sendiri untuk tetap bersaing. Strategi ini memungkinkan Ibis Styles Bali Legian untuk menetapkan harga yang kompetitif sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi di pasaran.

5.2 Saran

Saran yang diberikan kepada pihak hotel terutama untuk pemangku kepentingan dijelaskan sebagai berikut.

Membuat perancangan sistem *revenue management* agar proses *revenue management* berlangsung secara otomatis sehingga dapat menghemat waktu dalam mengambil keputusan.

Melakukan uji coba harga sesuai dengan hasil penelitian untuk mengkaji kenaikan pendapatan secara riil. Jika kebijakan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih baik dibanding dengan kebijakan existing maka pihak hotel dapat menerapkan usulan dari penelitian ini.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Accor Website Hotel. [Www.Accorhotels.Com](http://www.Accorhotels.Com)
- Adi, P. A. (2018). Penetapan Tarif Sewa Kamar Untuk Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Hotel Grand Inna Malioboro Tahun 2017).
- Astuti, A., & Muhajirin, M. (2022). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Foodbox. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 492-498.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
[Https://Bali.Bps.Go.Id/Indicator/16/230/1/Tingkat-Penghunian-Kamar-Tpk-Hotel-Bintang-Menurut-Kelas-Di-Provinsi-Bali.Html](https://Bali.Bps.Go.Id/Indicator/16/230/1/Tingkat-Penghunian-Kamar-Tpk-Hotel-Bintang-Menurut-Kelas-Di-Provinsi-Bali.Html)
- Bayoumi, Aem, Saleh, M., Atiya, Af, & Aziz, Ha (2013). Penetapan Harga Dinamis Untuk Manajemen Pendapatan Hotel Menggunakan Pengganda Harga. *Jurnal Manajemen Pendapatan Dan Harga* , 12 , 271-285.
- Desitayanti, N. P. D., Yintayani, N. N., & Saputra, M. D. (2023). *Penerapan Activity Based Costing System Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel Pada The Kirana Hotel, Resto & Spa Canggu* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Dullah, M. Pengaruh Penggunaan Metode “Rule Of Thumb Pricing” Untuk Memaksimumkan Laba Peternak Ayam Broiler Di Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.
- Hapapuru, T. (2021). *Penentuan Harga Pokok Sewa Kamar Pada Hotel Annes Tamiang Layang* (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

- Harwindito, B., Wulandari, A. R., & Wahyuni, N. (2022). Analisis Kebijakan Penentuan Harga Kamar Terhadap Tingkat Hunian Di Hotel Dafam Wonosobo. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(2), 234-244.
- Hura, F. (2016). Perhitungan Harga Pokok Kamar Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi).
- Nirwanani, S. (2014). Penentuan Tarif Sewa Kamar Dan Biaya Promosi Untuk Peningkatan Jumlah Hunian Kamar Pada Hotel Inna Garuda Yogyakarta Tahun 2008-2013. *Skripsi, Sarjana. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses*, 28.
- _____, P. 2006. Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kesebelas. Jakarta: Pt. Indeks Gramedia.
- _____, P., Dan Armstrong, G. 2016. *Principal Of Marketing*. 15th. Boston: Pearson Education Limited.
- _____, P., Dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Keduabelas. Jakarta: Pt. Indek
- Pamungkas, H. A. (2018). *Analisis Determinan Penetapan Harga Jual Kamar Hotel Di Zest Hotel Bogor Tahun 2016* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Pasaribu, J., & Sulistyani, A. (2019). Penetapan Harga Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6 (2), 1-15.
- Permana, D. G. A. B., Wendri, I., & Nadra, N. M. (2023). *Implementasi Dynamic Pricing Dalam Meningkatkan Room Revenue Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Prasetyo, T. (2019). *Strategi Penetapan Harga Penjualan Kue Kamir Dalam Persaingan Bisnis Perspektif Etika Bisnis Islam (Studikasuspada*

Tokokuekamirterigu Dan Tepungberaskhaspemalangibuchamidah, Pemalang (Doctoral Dissertation, Iain).

Purwanto, P., Harahap, D. A., Amanah, D., & Gunarto, M. (2021). Pengaruh Dynamic Pricing And Dynamic Bundling Terhadap Persepsi Ketidakadilan Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Journal Of Applied Business Administration*, 5(1), 55-66.

Rahayu, N. S (2010). Evaluasi Penentuan Tarif Sewa Kamar Hotel Pada Saat Low Season Studi Kasus Di Hotel Santika Premire Jogja. Skripsi Sarjanan Universitas Sanata Dharma. Diakses 19.02.24

Retnaningrum, M. (2008). Beach Resort Hotel Di Pantai Jungwok Gunungkidul. *Beach Resort Hotel*, 20.

Secapramana, L. V. H. (2000). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30-43.

Togodly, E., Tarore, Hs, & Tumbel, Tm (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabika Di Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* , 6 (001).

Wangui, W. L., Kiragu, D. N. U., & Wachira, A. W. (2018). Effect Of Pricing Strategy And Growth Of Selected Hotels In Nyeri County, Kenya.

Wati, I. W. (2019). *Analisis Penentuan Tarif Sewa Kamar Pada Saat Low Season Dengan Metode Titik Impas Pada Green Hill Hotel Jember* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

POLITEKNIK NEGERI BALI