

**PENGARUH PENDAPATAN KAMAR DAN KOMISI
PENJUALAN TERHADAP *AVERAGE ROOM RATE*
HOTEL DI BINTAN AGRO**

SKRIPSI

FEREN RESKI FINASTY

NIM : 16622009



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNA N
TANJUNGPINANG**

2020

**PENGARUH PENDAPATAN KAMAR DAN KOMISI PENJUALAN
TE RHAD A P *AVERAGE ROOM RATE*
HOTEL DI BINTAN AGRO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

OLEH :

FEREN RESKI FINASTY

NIM : 16622009

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNA N
TANJUNGPINANG**

2020

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH PENDAPATAN KAMAR DAN KOMISI PENJUALAN
TERHADAP *AVERAGE ROOM RATE*
HOTEL DI BINTAN AGRO

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

Nama : FEREN RESKI FINASTY
NIM : 16622009

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



Sri Kurma, S.E., Ak., M.Si., CA
NIDN. 1020037101/ Lektor

Pembimbing Kedua,



Afriyadi, S.T., M.E
NIDN. 1003057101/ Asisten

Mengetahui,
Ketua Program Studi,




Hendy Satria, S.E., MAk
NIDN. 1015069101/ Lektor

Skripsi Berjudul
PENGARUH PENDAPATAN KAMAR DAN KOMISI PENJUALAN
TERHADAP *AVERAGE ROOM RATE*
HOTEL DI BINTAN AGRO

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : FEREN RESKI FINASTY
NIM : 16622009

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Delapan Belas Bulan Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

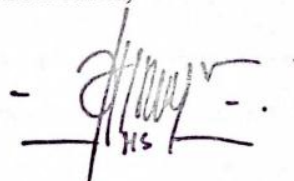
Panitia Komisi Ujian

Ketua,



Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA
NIDN. 1020037101/ Lektor

Sekretaris,



Hendy Satria, S.E., MAk
NIDN. 1015069101/ Lektor

Anggota,



Masyitah As Sahara, S.E., M.Si
NIDN. 1010109101/ Asisten Ahli

Tanjungpinang, 12 Agustus 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang



Ketua,



Charly Marlinda, SE.M.Ak.Ak.CA
NIDN. 1029127801/ Lektor

PERNYATAAN

Nama : Feren Reski Finasty
NIM : 16622009
Tahun Angkatan : 2016
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,17
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan Kamar dan Komisi
Penjualan Terhadap *Average Room Rate*
Hotel Di Bintan Agro

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 12 Agustus 2020

Penyusun,



FEREN RESKI FINASTY

NIM : 16622009

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah Sujud beserta Puji dan Syukurku pada-Mu Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia yang Engkau berikan, sehingga Skripsi yang sederhana ini terselesaikan. Terimakasih Tuhan atas segala campur tangan-Mu dalam setiap langkahku.

Terimakasih atas taburan cinta, kasih sayang, dan semangat pantang menyerah dari orang-orang teristimewa dalam hidupku.

Ayahanda Yunalis

Ibunda Gunarni

Abang Yulyardi

Kakak Feny Afrini

Family is not about blood it's about who is willing to hold your hand when you need it the most.

Serta

Ku persembahkan skripsi ini kepada Almamaterku Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

MOTTO

”Apabila dengan melepaskan kebahagiaan yang lebih kecil orang dapat memperoleh kebahagiaan yang lebih besar, maka hendaknya orang bijaksana melepaskan kebahagiaan yang lebih kecil itu, guna memperoleh kebahagiaan yang lebih besar”

-Sidharta Gautama-

Learn from yesterday.

Live for today.

Hope for tomorrow.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan Terhadap *Average Room Rate* Hotel Di Bintan Agro”**.

Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata-I di Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan. Tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terkait, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terika kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis:

1. Ibu Charly Marlinda, SE.,M.Ak.Ak.CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, SE.,M.Si.Ak.CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, SE.Ak.M.Si.CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Pembangunan Tanjungpinang dan selaku Dosen pembimbing Pertama yang telah memberi saran yang lebih baik.
4. Bapak Imran Ilyas, MM selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, SE., M.Ak selaku Plt. Ketua Program Studi S1 Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Afriyadi, ST.ME selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis.

8. Kepada orangtua ku yang sangat ku cintai, Ayahanda Yunalis dan Ibunda Gunarni, terimakasih atas cinta kasih dan semangat pantang menyerah yang diberikan selalu sehingga skripsi ini bisa terselesaikan tepat waktu.
9. Abang dan kakak ku yang terkasih Yulyardi dan Feny Afrini yang mendukung terselesainya *study* S1 ini, dan juga kakak dan abang ipar ku yang selalu memberikan dukungannya.
10. Beserta yang yang selau mendampingiku, Sandy dari awal kuliah hingga terselesainya skripsi ini.
11. Teruntuk kakak Pinawati,S.E terimakasih atas arahan dan dukungannya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk Zulinda, Desliana Eka Putri & Ganingtyas my the best partner.
13. CCN (Nelawati dan Reksiana Cahya Dwi Ningsih) thankyou for everything.
14. Teman-teman seperjuangan angkatan tahun 2016 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang turut memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun untuk melengkapi dan menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tanjungpinang, 12 Agustus 2020

Penulis,

FEREN RESKI FINASTY

N I M : 1 6 6 2 2 0 0 9

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN KOMISI UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Batasan Masalah	9
1.5. Kegunaan Penelitian	9
1.5.1. Kegunaan Ilmiah	10
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	10
1.6. Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori	13
2.1.1. Hotel	13
2.1.1.1. Pengertian Hotel.....	15
2.1.1.2. Fungsi dan Peranan Hotel.....	18
2.1.1.3. Klasifikasi dan Jenis Hotel	21
2.1.2. Kamar Hotel	27
2.1.2.1. Pengertian Kamar Hotel	27
2.1.2.2. Klasifikasi Kamar Hotel	29
2.1.2.3. Harga Jual Kamar Hotel	33
2.1.2.4. Pendapatan Kamar Hotel	36

2.1.3. Komisi Penjualan.....	39
2.1.3.1. Pengertian Komisi Penjualan.....	40
2.1.3.2. Tujuan dan Manfaat Pemberian Komisi Penjualan.....	43
2.1.4. <i>Average Room Rate</i> Hotel.....	45
2.1.5. Faktor-Faktor Mempengaruhi <i>Average Room Rate</i>	46
2.1.6. Hubungan Pendapatan Kamar Terhadap ARR.....	48
2.1.7. Hubungan Komisi Penjualan Terhadap ARR	49
2.2. Kerangka Pemikiran	49
2.3. Hipotesisi Penelitian	50
2.4. Penelitian Terdahulu	51

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	56
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	56
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	57
3.4. Teknik Pengumpulan Data	57
3.5. Definisi Operasional Variabel	58
3.5.1. Variabel Independen / Bebas (X)	59
3.5.2. Variabel Dependen / Terikat (Y).....	60
3.6. Teknik Pengolahan Data	60
3.7. Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1. Statistik Deskriptif	62
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	63
3.7.2.1. Uji Normalitas.....	63
3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas	66
3.7.2.3. Uji Multikolinearitas	67
3.7.2.4. Uji Autokorelasi.....	67
3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda	68
3.7.4. Pengujian Hipotesis	69
3.7.4.1. Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	69
3.7.4.2. Koefisien Regresi Simultan (Uji F).....	70
3.7.4.3. Koefisien Determinasi R^2	71

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.2. Data Penelitian.....	79
4.3. Analisis Data	83

4.3.1. Deskriptif Statistik (<i>Descriptive Statistics</i>).....	84
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	85
4.3.2.1. Uji Normalitas.....	85
4.3.2.2. Uji Multikolenieritas	87
4.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas	88
4.3.2.4. Uji Autokorelasi	89
4.3.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.3.4. Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.3.4.1. Hasil Uji t.....	92
4.3.4.2. Hasil Uji F.....	94
4.3.4.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	97
4.4.1. Pembahasan Pengaruh Secara Parsial.....	97
4.4.2. Pembahasan Pengaruh Secara Simultan	111

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Wisman Yang Berkunjung Ke Provinsi Kepulauan Riau, Berdasarkan Pintu Masuk, Tahun 2018 Hingga Tahun 2019	2
Tabel 1.2.	Jumlah Wisman Yang Berkunjung Ke Provinsi Kepulauan Riau, Menurut Kebangsaan Terbanyak, Tahun 2018 - Tahun 2019	3
Tabel 4.1.	Profil Hotel Bintang Agro	73
Tabel 4.2.	Pedapatan Kamar, Komisi Penjualan, dan <i>Average Room Rate</i> (ARR) Hotel Bintang Agro, Tahun 2017 - Tahun 2019 (Dalam Ribuan Rupiah).....	79
Tabel 4.3.	Jumlah Kamar Yang Terjual Dan Tingkat Akupansi Hotel Bintang Agro, Tahun 2017 - Tahun 2019.....	82
Tabel 4.4.	Hasil Uji <i>Descriptive Statistic</i>	84
Tabel 4.5.	Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .	87
Tabel 4.6.	Hasil Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4.7.	Hasil Uji Autokorelasi	90
Tabel 4.8.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel 4.9.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	93
Tabel 4.10.	Uji Simultan (Uji F)	95
Tabel 4.11.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 3.1.	Grafik Normal <i>P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i>	64
Gambar 3.2.	Uji Normalitas Dengan Menggunakan Grafik Histogram ...	65
Gambar 3.3.	Uji Heteroskedastisitas Dengan Menggunakan Grafik <i>Scatterplot</i>	66
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi	75
Gambar 4.2.	Grafik P-P Plot.....	86
Gambar 4.3.	Grafik Histogram	86
Gambar 4.4.	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	89

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|------------|----------------------------------|
| Lampiran 1 | Data Hasil Penelitian |
| Lampiran 2 | Hasil Pengujian SPSS. |
| Lampiran 3 | Hasil Plagiarism Checker |
| Lampiran 4 | <i>Curriculum Vitae</i> Peneliti |

ABSTRAK

FEREN RESKI FINASTY, 16622009

PENGARUH PENDAPATAN KAMAR DAN KOMISI PENJUALAN TERHADAP *AVERAGE ROOM RATE* HOTEL DI BINTAN AGRO

Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan, 2020.
(xiii + 103 Halaman + 13 Tabel + 8 Gambar + 4 Lampiran)

Kata Kunci : Pendapatan Kamar, Komisi Penjualan, *Average Room Rate*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan terhadap *Average Room Rate* (ARR) Hotel Bintan Agro.

Penelitian dilakukan secara kuantitatif. Metode analisis yang digunakan terdiri dari uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi), uji hipotesis (uji f dan uji t), uji regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS 21.00 *for windows*. Penelitian ini berupa data dari tahun 2016-2019 dengan total data sebanyak 48 data.

Hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 0,934 + 0,010 X_1 + 0,15 X_2 + \epsilon$. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa pendapatan kamar dan komisi penjualan, secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap ARR. Namun masing-masing variabel tersebut memiliki arah hubungan yang berbeda. Untuk pendapatan kamar dan komisi penjualan memiliki hubungan positif terhadap ARR.

Adapun hasil pengujian determinasi (R^2) menunjukkan pengaruh kedua variabel X sangat dominan terhadap variabel Y, terlihat dari nilai *Adjust R Square* sebesar 0,851 atau sebesar 85,1%. Angka tersebut menunjukkan besarnya pengaruh Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan terhadap *Average Room Rate* adalah sebesar 85,1% dan sisanya sebesar 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Referensi : 7 Buku dan 4 Jurnal (2010-2019)
Pembimbing I : Sri Kurnia, SE., Ak., M.Si. CA
Pembimbing II : Afriyadi, ST. ME

ABSTRACT

FEREN RESKI FINASTY, 16622009

EFFECT OF ROOM INCOME AND SALES COMMISSION AGAINST AVERAGE ROOM RATE HOTEL IN BINTAN AGRO

*Essay. High School of Science and Economics (STIE) Development, 2020.
(xiii + 103 Pages + 13 Table + 8 Pictures + 4 Attachments)*

Keywords: *Room Revenue, Sales Commission, Average Room Rate.*

The purpose of this study was to determine the relationship of Room Revenue And Sales Commission, to the Average Room Rate (ARR) of Bintan Agro Hotel.

The study was conducted quantitatively. The analytical method used consists of the classical assumption test (normality, heteroscosity, multicollinearity and autocorrelation), hypothesis testing (f test and t test), multiple linear regression test and coefficient of determination. Data were analyzed using SPSS 21.00 for windows. This research is in the form of data from 2016-2019 with a total of 48 data.

The results of the study, obtained a multiple linear regression equation $Y = 0.934 + 0.010 X_1 + 0.15 X_2 + \epsilon$. Based on the results of the analysis found that room revenue and sales commission partially and simultaneously have a significant effect on ARR.

The determination test results (R²) show the influence of the two variables X is very dominant on the variable Y, seen from the Adjust R Square value of 0.851 or 85.1%. This figure shows the influence of Room Revenue And Sales Commission on Average Room Rate is 85.1% and the remaining 14.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Reference : 7 Books and 4 Journal (2010-2019)
Supervisor I : Sri Kurnia, SE., Ak., M.Si. CA
Supervisor II : Afriyadi, ST. ME

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, pertumbuhan dibidang industri pariwisata di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini dikarenakan Negara Indonesia sebagai negara kepulauan banyak sekali mempunyai kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah ruah dari wilayah Sabang sampai Merauke. Kekayaan alam tersebut salah satunya ialah panorama alam yang sangat menakjubkan yang membuat para wisatawan domestik maupun mancanegara tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. Dengan demikian industri pariwisata merupakan peluang yang sangat besar yang harus dikembangkan secara professional dimasa yang akan datang. Apalagi jika dikaitkan dengan pendapatan negara. Industri pariwisata merupakan penyumbang terbesar terhadap penghasian devisa negara non migas setelah sektor tekstil dan kayu (Ismayanti, 2010).

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia 16,1 juta atau mengalami peningkatan 1,88 persen dibandingkan 2018, dengan devisa sebesar 20 miliar dollar AS atau setara 2,8 triliun rupiah. Di Selain itu, sektor pariwisata Indonesia tercatat dengan pertumbuhan tertinggi peringkat ke-9 di dunia (*The World Travel & Tourism Council*, 2019).

Sebagai salah satu destinasi wisata Indonesia, Provinsi Kepulauan Riau telah mencatat sebanyak 2.864.795 kunjungan wisatawan mancanegara dan menempatkan Kepulauan Riau pada posisi kedua dari tiga besar kunjungan wisman terbanyak di Indonesia (BPS Kepulauan Riau, Tahun 2020).

Secara kumulatif Januari-Desember 2019, jumlah kunjungan wisman Provinsi Kepulauan mengalami peningkatan sebanyak 8,72 persen jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke wilayah Provinsi Kepulauan Riau, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Jumlah Wisman Yang Berkunjung Ke Provinsi Kepulauan Riau
Berdasarkan Pintu Masuk, Tahun 2018 Hingga Tahun 2019

Pintu Masuk	Jumlah Kunjungan Wisman 2018	Jumlah Kunjungan Wisman 2019	Perubahan 2019-2018 (%)	Peran Terhadap Tahun 2019 (%)
Batam	1.887.284	1.947.943	3,21	68,00
Bintan	522.399	634.735	21,50	22,16
Tanjungpinang	140.603	169.364	20,46	5,91
Karimun	84.718	112.753	33,09	3,94
Jumlah	2.635.004	2.864.795	8,72	100,00

Sumber : Berita Resmi Statistik, BPS Provinsi Kepulauan Riau, 3 Februari 2020

Tabel 1.1, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisman terbanyak pada bulan Januari hingga Desember 2019 menurut pintu masuk yaitu di Kota Batam sebanyak 1.947.943 kunjungan (68,00 persen), diikuti oleh Kabupaten Bintan sebesar 634.735 kunjungan (22,16 persen), Kota Tanjungpinang sebesar 169.364 kunjungan (5,91 persen), dan Kabupaten Karimun sebanyak 112.753 kunjungan (3,94 persen).

Jika dilihat dari asal Negara, Wisman berkebangsaan Singapura ini mendominasi hampir setengah (48,52 persen) dari total seluruh kunjungan

wisman yang masuk ke Provinsi Kepulauan Riau. Selama bulan Januari sampai dengan Desember 2019. Kunjungan wisman berkebangsaan Singapura tercatat sebanyak 1.390.076 kunjungan. Jumlah kunjungan terbanyak yang kedua adalah wisman berkebangsaan Malaysia sebesar 302.837 kunjungan atau 10,57 persen dari total kunjungan ke Kepulauan Riau selama Januari-Desember 2019. Jumlah ini tidak jauh berbeda dengan jumlah wisman berkebangsaan Tiongkok yaitu 286.512 kunjungan atau 10,00 persen dari total kunjungan ke Kepulauan Riau selama periode yang sama. Secara berturut-turut, jumlah kunjungan terbanyak setelah wisman berkebangsaan Singapura, Malaysia, dan Tiongkok pada rentang bulan Januari hingga Desember 2019 adalah India (5,25 persen), Filipina (2,35 persen), Korea Selatan (1,39 persen), Jepang (1,36 persen), Inggris (1,20 persen), Australia (1,06 persen), dan Amerika (0,91 persen). Kontribusi dari wisman 10 negara tersebut yaitu 82,61 persen dari total seluruh kunjungan wisman selama bulan Januari-Desember 2019 (BPS Provinsi Kepulauan Riau, Tahun 2020). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2
Jumlah Wisman Yang Berkunjung Ke Provinsi Kepulauan Riau
Menurut Kebangsaan Terbanyak, Tahun 2018 - Tahun 2019

Asal Negara	Jumlah Kunjungan Wisman 2018	Jumlah Kunjungan Wisman 2019	Perubahan 2019-2018 (%)	Peran Terhadap Tahun 2019 (%)
Singapura	1.308.441	1.390.076	6,24	48,52
Malaysia	310.350	302.837	-2,42	10,57
Tiongkok	259.306	286.512	10,49	10,00
India	113.577	150.542	32,55	5,25

Asal Negara	Jumlah Kunjungan Wisman 2018	Jumlah Kunjungan Wisman 2019	Perubahan 2019-2018 (%)	Peran Terhadap Tahun 2019 (%)
Philipina	58.258	67.217	15,38	2,35
Korea Selatan	71.157	39.888	-43,94	1,39
Jepang	40.724	39.031	-4,16	1,36
Inggris	34.007	34.323	0,93	1,20
Australia	30.484	30.236	-0,81	1,06
Amerika	23.320	25.958	11,31	0,91
Lainnya	385.380	498.175	29,27	17,39
Jumlah	2.635.004	2.864.795	8,72	100,00

Sumber : Berita Resmi Statistik, BPS Provinsi Kepulauan Riau, 3 Februari

Tingginya minat kunjungan wisatawan ke Kepulauan Riau, tidak terlepas dari kekayaan budaya dan destinasi wisata yang menarik dan beraneka ragam, baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata minat khusus. Selain itu, secara geografis Kepulauan Riau sangat diuntungkan karena berdekatan dengan negara tetangga, Singapura dan Malaysia. Dengan jarak tempuh yang relatif cepat, banyak wisatawan dari kedua negara tersebut yang bertandang ke Kepulauan Riau. Bahkan, banyak pula turis dari negara lain yang berkunjung di Singapura, kemudian memperpanjang masa liburannya ke Batam.

Pertumbuhan industri pariwisata tidak terlepas dari aspek-aspek yang mendukungnya, salah satunya adalah jasa perhotelan. Saat ini, jasa perhotelan sangat diperlukan guna menggairahkan dan mendorong industri pariwisata dimasa yang akan datang, sebab kebutuhan akan jasa perhotelan untuk akomodasi sangat diperlukan dan merupakan suatu peluang pasar yang harus dikelola secara efektif dan efisien.

Jasa perhotelan adalah salah satu bentuk perdagangan yang menyediakan jasa penginapan, pertemuan, makanan dan minuman serta penunjang jasa lainnya yang dikelola secara komersial. Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang sangat dikenal oleh masyarakat. Usaha perhotelan sekarang ini sudah merupakan salah satu industri hotel yang memerlukan sumber dana dan sumber daya manusia dalam jumlah besar, dengan resiko kerugian atau keuntungan yang besar pula. Secara umum, produk yang dijual oleh manajemen hotel terdiri dari dua produk yaitu produk nyata (*tangible product*) seperti kamar hotel, restoran, spa, dan berbagai fasilitas hotel lainnya dan produk tidak nyata (*intangible product*) seperti kenyamanan, pelayanan, suasana dan lain sebagainya.

Seiring dengan inovasi yang terus berkembang pada bidang jasa perhotelan, dapat kita lihat banyak aspek yang terus dilakukan perubahan menjadi lebih baik. Hotel yang dibangun tidak hanya sekedar hotel saja namun dibangun sesuai standar masing-masing yang diinginkan oleh pendiri. Fasilitas hotel yang terus ditingkatkan, pelayanan dalam customer hotel, konsep, sistem dalam hal internal maupun eksternal hotel serta bagaimana memasarkan hotel tersebut untuk menarik pelanggan. Upaya tersebut semata-mata dilakukan untuk memberikan service dan suasana yang aman, tenang dan terkendali. Dengan upaya-upaya yang terus dilakukan maka tujuan utama hotel sendiri dapat terlaksana dan tercapai dengan maksimal yaitu menarik minat masyarakat agar mau menginap di hotel yang ditawarkan.

Hotel Bintang Agro merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di jasa perhotelan dan terletak di Pulau Bintan. Sebagai salah satu hotel yang

menawarkan layanan akomodasi, Hotel Bintan Agro juga menawarkan pemandangan (*views*) yang indah berupa pantai berpasir dan keindahan alamnya, sehingga menjadikan magnet tersendiri bagi para wisatawan mancanegara maupun domestik. Dukungan keindahan alam serta kelengkapan sarana dan prasarananya, memiliki daya tarik tersendiri bagi para pengunjung untuk menghabiskan waktu bersama keluarga untuk menikmati pemandangan alam yang ada. Hadirnya Hotel yang tidak hanya menyediakan pelayanan akomodasi tetapi juga keindahan alamnya telah mengakibatkan Hotel Bintan Agro tumbuh sebagai salah satu Hotel dan *Resort* yang banyak diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bintan.

Menurut Sihite (2010), secara garis besar penggolongan hotel berdasarkan lokasi, terdapat dua jenis hotel yaitu *city* hotel yang terletak di pusat kota dan *resort* hotel yang terletak di suatu daerah tertentu yang lebih mengedepankan pemandangan dan suasana yang nyaman. Baik *city* hotel maupun *resort* hotel memiliki pangsa pasar masing-masing yang sama-sama diminati oleh wisatawan yang berkunjung, sesuai kemampuan dan selera akan akomodasi yang di inginkan oleh wisatawan. Namun pada umumnya, akomodasi *city* hotel lebih terjangkau dibandingkan *resort* hotel. Hal tersebut disebabkan karena *resort* hotel menawarkan kenyamanan dan suasana yang lebih spesial karena para wisatawan di manjakan dengan arsitektur bangunan hingga pemandangan yang tersedia di *resort* hotel.

Terdapat dua cara untuk mengukur keberhasilan sebuah hotel dalam hal menjual kamarnya, yaitu dengan melihat pada pendapatan kamar dan pencapaian

rata-rata harga kamar. Pada umumnya hotel melakukan berbagai macam cara untuk mendapat nilai kedua hal tersebut yang sesuai dengan yang ditargetkan yaitu keadaan tingkat huni kamar yang memuaskan dan rata-rata harga kamar yang seideal mungkin berdasarkan tarif kamar normal. Saat ini konsumen atau tamu lebih selektif dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi termasuk juga dalam memilih hotel sebagai tempat mereka menginap atau mendapatkan pelayanan lainnya yang ditawarkan oleh hotel (Safilarani, 2017).

Hal ini mengakibatkan persaingan yang tidak sehat, baik antar sesama hotel berbintang maupun hotel melati dan penyedia jasa akomodasi lainnya. Salah satu bentuk persaingan adalah dalam permainan harga kamar. Walaupun tinggi rendahnya harga bukanlah faktor utama penentu kembali atau tidaknya tamu-tamu hotel, namun hal ini bisa dilihat bila ada dua hotel yang mempunyai kualitas dan penawaran yang sama, dimana salah satunya menawarkan harga yang lebih rendah, maka dapat diprediksikan bahwa konsumen atau tamu akan lebih memilih hotel yang menawarkan harga yang lebih rendah.

Fenomena yang sama, terjadi juga pada Hotel Bintang Agro, dengan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan hotel lainnya telah mengakibatkan menurunnya minat wisatawan domestic untuk menginap di hotel ini. Disisi lain, kelengkapan fasilitas dan keindahan alamnya telah mampu meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang menginap di hotel ini. Selain itu dukungan pemasaran dengan menggunakan *Online Travel Agent* telah mampu meningkatkan penjualan kamar di hotel ini. *Travel agent* tersebut menjual harga kamar yang lebih rendah di bandingkan jika tamu datang langsung ke hotel.

Dukungan pemasaran dari *Online Travel Agent*, mengakibatkan pihak hotel harus bekerjasama dengan *Travel Agent*, dan pihak hotel harus sepakat dengan besaran persentase komisi yang di bebaskan kepada hotel setiap pemesanan hotel terjadi. Biaya komisi tersebut akan meningkat seiring dengan peningkatan pemesanan kamar hotel yang melalui situs *online*. Meningkatnya biaya komisi akan berimplikasi terhadap peningkatan beban operasional hotel tersebut.

Disisi lain, guna memenuhi operasional dan memperoleh *profit*, dalam menjalankan usahanya, hotel harus menentukan target rata-rata penjualan kamar setiap bulannya (*average room rate*). *Average Room Rate* menjadi salah satu indikator manajemen dalam melihat pergerakan bisnis hotel mereka. Jika *Average Room Rate* dari sebuah hotel kecil, besar kemungkinan hotel tersebut menjual harga dibawah dari harga awal yang ditetapkan oleh kesepakatan manajemen (Adekunle, 2014).

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian penelitian dengan judul : **“Pengaruh Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan Terhadap *Average Room Rate* Hotel Di Bintan Agro”**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Pendapatan Kamar berpengaruh secara parsial terhadap *Average Room Rate* Hotel Bintan Agro?

2. Apakah Komisi Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap *Average Room Rate* Hotel Bintang Agro?
3. Apakah Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan berpengaruh simultan terhadap *Average Room Rate* Hotel di Bintang Agro?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh Pendapatan Kamar secara parsial terhadap *Average Room Rate* Hotel Bintang Agro.
2. Mengetahui pengaruh Komisi Penjualan secara parsial terhadap *Average Room Rate* Hotel Bintang Agro.
3. Mengetahui pengaruh Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan secara simultan terhadap *Average Room Rate* Hotel Bintang Agro.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah berkaitan dengan Pendapatan Kamar dan Komisi Penjualan terhadap *Average Room Rate* hotel di Bintang Agro tahun 2016-2019.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat di peroleh hasil rumusan atau informasi yang akurat dan relevan yang dapat memberikan kegunaan bagi pengembangan ilmu.

1.5.1. Kegunaan Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru yang mendukung keberadaan dan perkembangan ilmu pengetahuan ekonomi dan akuntansi khususnya, akuntansi pariwisata dan perhotelan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sumbangan pemikiran serta bahan pertimbangan bagi Hotel Bintang Agro dalam ketetapan merencanakan target *average room rate* pada setiap bulannya agar mampu meningkatkan *profit* Hotel Bintang Agro. Selain itu penerapan komisi penjualan terhadap *Online Travel Agent* ini dapat membawa hal positif bagi hotel dalam menjalankan keberlanjutan operasional hotel dimasa yang akan datang. Selain itu, hasil penelitian ini secara praktis diharapkan memiliki kemanfaatan :

1. Bagi perusahaan; penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi manajemen mengenai *average room rate* hotel.
2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang; Penelitian ini diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan bagi perkembangan ilmu pengetahuan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang, khususnya dibidang ilmu Akuntansi psada Akuntansi Pariwisata Perhotelan.
3. Bagi Peneliti; Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pemahaman terhadap ilmu Akuntansi Pariwisata Perhotelan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai temuan awal untuk melakukan

penelitian lanjut tentang variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *average room rate* hotel.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima Bab di mana pada masing-masing Bab tersebut mempunyai keterkaitan antar satu dengan yang lainnya serta mampu memberikan gambaran secara sistematis mengenai penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini, adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan menggambarkan mengenai fenomena yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori guna untuk memperkuat teori-teori dan argumen dalam penelitian ini, dan kerangka pemikiran penelitian, serta penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode yang digunakan dalam analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan data-data yang dihasilkan dari lapangan yang selanjutnya dilakukan analisis sesuai metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya dan kemudian dilakukan pembahasan. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup dari penulisan skripsi ini. Pertama penulis mencoba menarik kesimpulan tentang hal-hal yang telah di bahas dalam bab-bab sebelumnya. Selanjutnya akan di berikan masukan serta saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Hotel Bintan Agro.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian. Berikut teori dasar dari penulisan skripsi ini.

2.1.1. Hotel

Akomodasi perhotelan tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata. Tanpa kegiatan kepariwisataan dapat dikatakan akomodasi perhotelan akan lumpuh. Sebaliknya pariwisata tanpa hotel merupakan suatu hal yang tidak mungkin, apalagi kalau kita berbicara pariwisata sebagai suatu industri. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructures*). Ini berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada banyak atau sedikitnya wisatawan yang datang. Bila kita umpamakan industri pariwisata itu sebagai suatu bangunan, maka sektor perhotelan merupakan tiangnya (Fallon, 2015).

Hotel merupakan bagian dari industri kepariwisataan dan merupakan sarana akomodasi yang lengkap sebagai penunjang kepariwisataan. Dikatakan penyedia akomodasi terlengkap karena hotel memiliki banyak fasilitas penunjang seperti ketersediaan kamar sebagai tempat istirahat, restoran, ruang pertemuan *bussiness center*, hingga fasilitas hiburan seperti kolam renang, pusat kebugaran, *spa*, dan lain sebagainya.

Industri perhotelan dapat dibagi ke dalam 2 segmentasi, yakni *commercial* dan *leisure*. Keduanya biasa disebut *commercial* hotel dan *resort* hotel. Segmentasi dari *commercial* hotel itu sendiri digunakan untuk tujuan bisnis, sedangkan *resort* hotel digunakan untuk kegiatan perjalanan wisata yang tujuannya hanya untuk jalan-jalan. Namun, sekarang banyak hotel-hotel yang menggabungkan antara keduanya supaya sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen.

Menurut Widanaputra (2014), mendefinisikan hotel sebagai suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya dimana fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang ingin menginap. Sedangkan menurut Ikhsan (2010), hotel merupakan suatu lembaga yang menyediakan para tamu untuk menginap, dimana setiap orang dapat menginap, makan, minum dan menikmati fasilitas yang lainnya dengan melakukan transaksi pembayaran. Maka dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola untuk menyediakan fasilitas dan pelayanan jasa penginapan, makan, dan minuman kepada para tamu dan mampu membayar dengan harga yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima kepada para tamu.

Pendapat lain mengatakan bahwa “hotel” adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan

kepada para tamu yang menginap seperti pelayanan kantor depan, tata graha, makan dan minum, serta rekreasi (Agung Permana, 2013).

2.1.1.1. Pengertian Hotel

Kata hotel berasal dari bahasa perancis "*hostel*" yang berarti rumah penginapan bagi orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan atau berpergian. Perhotelan adalah bidang usaha yang berkembang seiring dengan kemajuan sektor pariwisata. Usaha hotel memiliki ciri-ciri khusus yaitu perpaduan antara usaha menjual produk nyata hotel seperti kamar, makanan, dan minuman dengan menjual jasa pelayanan seperti keramahan, sopan santun, kemudahan dan lain-lain. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Hotel adalah sebuah kata benda yang memiliki bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, bentuk akomodasi yang dikelola komersial, disediakan untuk setiap orang untuk mendapat pelayanan, penginapan, makan dan minum (KBBI, 2017).

Pengertian hotel menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 65 Tahun 2001 tanggal 31 September 2001 yaitu bangunan yang khusus disediakan bagi orang untuk dapat menginap atau istirahat, memperoleh pelayanan dan atau fasilitas lainnya dengan dipungut bayaran, termasuk bangunan lainnya yang menyatu dikelola dan dimiliki oleh pihak yang sama kecuali untuk pertokoan dan perkantoran.

Hotel adalah suatu jenis usaha akomodasi yang menyediakan fasilitas kamar untuk menginap dengan perhitungan pembayaran harian serta menyediakan

berbagai jenis fasilitas pelayanan, seperti fasilitas penyediaan makanan dan minuman, fasilitas konvensi dan pameran, fasilitas rekreasi dan hiburan, fasilitas olahraga dan kebugaran, fasilitas jasa layanan bisnis dan perkantoran, fasilitas jasa layanan keuangan, fasilitas perbelanjaan, serta pengembangan fasilitas penunjang lainnya yang diperlukan untuk aktivitas tamu dan pengunjung (Mattila, 2013).

Lebih lanjut dinyatakan bahwa Hotel merupakan usaha penyediaan akomodasi yang paling utama sebagaimana yang dikemukakan oleh R.G. Soekadijo bahwa diantara bermacam-macam bentuk jasa kepariwisataan yang terpenting dan terlengkap sering disebut hotel. Dikatakan terpenting dan terlengkap karena pada hotel menyediakan fasilitas terlengkap untuk konsumen, fasilitas itu meliputi:

- a. Tempat untuk istirahat dan kamar tidur;
- b. Ruangan untuk makan dan minum;
- c. Toilet dan kamar mandi;
- d. Fasilitas untuk bersantai seperti: kolam renang dan *amusement centre*; serta
- e. Pelayanan umum untuk memenuhi segala macam kebutuhan para tamu, seperti: fasilitas telekomunikasi, fasilitas cendera mata dan fasilitas penjualan tiket perjalanan.

Definisi hotel secara umum adalah Badan Usaha Akomodasi atau perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat dengan fasilitas jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman, jasa layanan kamar, serta jasa pencucian pakaian. Fasilitas ini diperuntukan bagi orang yang bermalam di hotel

tersebut atau mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel tersebut (PP No. 65/2001).

Menurut Bagyono (2013) dalam arti luas, hotel mungkin merujuk pada segala jenis penginapan. Sedangkan dalam arti sempit, hotel adalah sebuah bangunan yang di bangun khusus untuk menyediakan penginapan bagi para pejalan, dengan pelayanan makanan dan minuman.

Menurut Agus (2011) menyatakan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Rai (2014), menyatakan bahwa hotel merupakan satu usaha yang bergerak di bidang akomodasi yang dikelola secara profesional guna menghasilkan keuntungan dengan cara menyediakan pelayanan jasa penginapan, makanan, minuman, dan fasilitas yang lainnya. Selanjutnya menurut Darsono (2011) hotel merupakan suatu badan usaha yang bergerak di bidang jasa akomodasi yang dikelola secara komersial, dengan menyediakan layanan makanan, minuman, dan fasilitas lainnya.

Menurut Sulistiyono (2011) hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Menurut AHMA (*American Hotel and Motel Associations*) dalam Budi (2010), hotel adalah suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan, dan minuman, serta pelayanan lainnya, untuk disewakan bagi para tamu atau orang-orang yang tinggal untuk sementara waktu.

Menurut Departemen Pendidikan Nasional, hotel didefinisikan sebagai bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, atau bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial. Sedangkan menurut Wiyasha (2010:5), hotel merupakan usaha yang mencari laba sebagai hasil akhir aktivitas bisnisnya.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan suatu badan usaha yang bergerak di bidang jasa akomodasi yang di kelola secara komersial yang di lengkapi dengan penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas dan sarana lainnya.

2.1.1.2. Fungsi dan Peranan Hotel

Fungsi utama dari hotel adalah sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan tamu sebagai tempat tinggal sementara selama jauh dari tempat asalnya. Pada umumnya kebutuhan utama para tamu dalam hotel adalah istirahat, tidur, mandi, makan, minum, hiburan dan lain-lain. Perkembangan dan kemajuan hotel sekarang ini, fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap atau istirahat bagi para tamu, namun fungsinya bertambah sebagai tujuan konferensi, seminar, lokakarya, musyawarah nasional dan kegiatan lain yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap (Gehee, 2016).

Dalam menunjang pembangunan negara usaha perhotelan memiliki peran antara lain (Bagyono, 2013) :

- a) Meningkatkan industri rakyat; Hotel banyak menggunakan barang-barang yang diproduksi oleh industri rakyat, seperti meubel, bahan pakaian, makanan, minuman dan lain sebagainya;
- b) Menciptakan lapangan kerja;
- c) Membantu usaha pendidikan dan latihan;
- d) Meningkatkan pendapatan daerah dan Negara;
- e) Meningkatkan devisa Negara;
- f) Meningkatkan hubungan antar bangsa;

Undang-Undang Nomer 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menjelaskan peran hotel adalah salah satu usaha penyedia akomodasi yang memberikan layanan penginapan dalam tata kelola pariwisata selain villa, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan caravan.

Selain itu, menurut Pleanggra (2012), peran hotel dalam industri pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Seseorang yang sedang melakukan perjalanan atau sedang berwisata tidak akan lepas dari kebutuhan dalam hidup yang paling pokok, yaitu makan dan tidur. Hotel menyediakan jasa penginapan, makan, dan minum serta jasa lainnya yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan hidup para wisatawan.
2. Hotel menggantikan fungsi rumah (*away home from home*) bagi para wisatawan atau pelaku perjalanan, dengan usaha memberikan : Rasa aman

(*secure*); Rasa nyaman yang menyenangkan (*comfort*); dan Kesendirian (*privacy*).

3. Hotel sebagaimana rumah adalah tempat awal atau basis seseorang dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan kehidupan sehari-hari, seperti bekerja, bersantai, hidup bermasyarakat, berolahraga dan kegiatan lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan hotel menyediakan fasilitas serta sarana yang diperlukan seperti televisi, telepon, lobi, aula dan lain-lain.

Industri pariwisata telah diakui sebagai yang paling penting, dan menguntungkan terutama di tinjau dari sudut perekonomian yang banyak menghasilkan devisa bagi Negara di Indonesia. Sektor kepariwisataan mampu menunjang Negara karena :

1. Membantu menciptakan sekaligus menambah lapangan kerja, termasuk jasa hotel, angkutan, hiburan, cendramata dan lain sebagainya.
2. Membantu perkembangan industri-industri kecil seperti objek wisata, restoran, tempat hiburan dan objek lainnya.
3. Pariwisata memungkinkan terjaganya kelestarian alam serta kebudayaan.

Pada umumnya kebutuhan utama para tamu dalam hotel adalah istirahat, tidur, mandi, makan, minum, hiburan dan lain-lain. Perkembangan dan kemajuan hotel sekarang ini, fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap atau istirahat bagi para tamu, namun fungsinya bertambah sebagai tujuan konferensi, seminar, lokakarya, musyawarah nasional dan kegiatan lain yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap. Dalam menunjang pembangunan negara usaha perhotelan memiliki peran antara lain:

- a) Meningkatkan industri rakyat Hotel banyak menggunakan barang-barang yang diproduksi oleh industri rakyat, seperti meubel, bahan pakaian, makanan, minuman dan lain sebagainya.
- b) Menciptakan lapangan kerja.
- c) Membantu usaha pendidikan dan latihan.
- d) Meningkatkan pendapatan daerah dan negara.
- e) Meningkatkan devisa negara.
- f) Meningkatkan hubungan antar bangsa.

2.1.1.3. Klasifikasi dan Jenis Hotel

Setiap hotel memiliki fasilitas yang berbeda beda sesuai dengan klasifikasinya. Menurut Wiyasha (2010:5), pengklasifikasian hotel bertujuan untuk menciptakan persaingan bisnis yang sehat, memberikan panduan bagi tamu tentang harga dan fasilitas serta layanan yang diberikan oleh hotel pada klasifikasi tertentu, memberikan panduan bagi para pemilik modal jika hendak berbisnis pada satu klasifikasi hotel.

Kriteria klasifikasi hotel di Indonesia secara resmi terdapat pada Permen ParEkraf RI Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, Klasifikasi Hotel, ditinjau berdasarkan beberapa faktor, yaitu:

- 1) Hotel berdasarkan harga jual (sewa)

Klasifikasi hotel berdasarkan sistem penjualan harga kamar, di mana harga kamar yang dijual hanya harga kamar saja atau merupakan sistem paket, yaitu:

- a) *European plan hotel*: hotel dengan biaya untuk harga kamar saja.
 - b) *American plan hotel* : hotel dengan perencanaan biaya termasuk harga kamar dan harga makan, terbagi dua yaitu:
 - *Full American plan (FAP)*: harga kamar termasuk tiga kali makan sehari (sarapan, makan siang dan makan malam); dan
 - *Modified American plan (MAP)*: harga kamar termasuk dua kali makan sehari.
 - c) *Continental plan hotel*: hotel dengan perencanaan harga kamar sudah termasuk dengan *continental breakfast*.
 - d) *Bermuda plan hotel* : hotel dengan perencanaan harga kamar yang sudah termasuk dengan *American breakfast*.
- 2) Hotel berdasarkan ukuran
- Klasifikasi hotel berdasarkan ukuran meliputi :
- a) *Small hotel*: hotel kecil dengan jumlah kamar di bawah 150 kamar;
 - b) *Medium hotel*: hotel sedang, yang terdiri dari 2 jenis, yaitu:
 - *Average hotel*: jumlah kamar antara 150 sampai 299 kamar.
 - *Above hotel*: jumlah kamar antara 300 sampai 600 kamar.
 - c) *Large hotel*: hotel besar dengan jumlah kamar minimal 600 kamar
- 3) Hotel berdasarkan tipe tamu hotel
- Klasifikasi hotel berdasarkan asal usul dan latar belakang tamu yang menginap:
- a) *Family hotel*: hotel untuk tamu yang menginap bersama keluarga
 - b) *Business hotel*: hotel untuk tamu berupa para pengusaha

- c) *Tourist hotel*: hotel untuk tamu yang menginap berupa wisatawan, baik domestic maupun luar negeri.
- d) *Transit hotel*: hotel untuk tamu yang transit (singgah sementara)
- e) *Cure hotel* : hotel untuk tamu yang menginap dalam proses pengobatan atau penyembuhan penyakit

4) Hotel berdasarkan lama tamu menginap.

Klasifikasi hotel berdasarkan lamanya tamu menginap, yaitu:

- a) *Transit hotel*: hotel dengan lama tinggal tamu rata-rata semalam
- b) *Semi residential hotel*: hotel dengan lama tinggal tamu lebih dari satu hari tetapi tetap dalam jangka waktu pendek berkisar dua minggu hingga satu bulan.
- c) *Residential hotel*: hotel dengan lama tinggal tamu cukup lama, berkisar paling sedikit satu bulan.

5) Hotel berdasarkan lokasi

Klasifikasi hotel berdasarkan lokasi, yaitu:

- a) *City hotel*: hotel yang terletak di dalam kota, di mana sebagian besar yang menginap melakukan kegiatan bisnis.
- b) *Urban hotel*: hotel yang terletak di dekat kota.
- c) *Suburb hotel*: hotel yang terletak di pinggiran kota.
- d) *Resort hotel*: hotel yang terletak di daerah wisata, di mana sebagian besar tamu yang menginap tidak melakukan usaha. Hotel resort berdasarkan lokasinya dibagi atas:
 - *Mountain hotel*: hotel yang berada di pegunungan.

- *Beach hotel*: hotel yang berada di pinggir pantai.
- *Lake hotel*: hotel yang berada di tepi danau.
- *Hill hotel* : hotel yang berada di puncak bukit.
- *Forest hotel* : hotel yang berada di kawasan hutan lindung.
- *Airport hotel*: hotel yang terletak di daerah pelabuhan udara.

6) Hotel berdasarkan jumlah kamar dan persyaratannya

Berdasarkan jumlah persyaratan kamar dan lainnya, terdiri dari :

- a) Hotel bintang satu (*): Jumlah kamar standar, minimal 15 kamar kamar mandi di dalam luas kamar standar, minimum 20 meter persegi.
- b) Hotel bintang dua (**): Jumlah kamar standar, minimal 20 kamar kamar suite, minimum 1 kamar, kamar mandi di dalam, luas kamar standar, minimum 22 meter persegi, luas kamar suite, minimum 44 meter persegi.
- c) Hotel bintang tiga (***) : Jumlah kamar standar, minimal 30 kamar, kamar suite, minimum 2 kamar, kamar mandi di dalam, luas kamar standar, minimum 24 meter persegi, luas kamar suite, minimum 48 meter persegi.
- d) Hotel bintang empat (****): Jumlah kamar standar, minimal 50 kamar, kamar suite, minimum 3 kamar, kamar mandi di dalam, luas kamar standar, minimum 24 meter persegi, luas kamar suite, minimum 48 m².
- e) Hotel bintang lima (*****): Jumlah kamar standar, minimal 100 kamar, kamar suite, minimum 4 kamar, kamar mandi di dalam, luas kamar standar, minimum 26 meter persegi, luas kamar suite, minimum 52 meter persegi.

Meskipun kegiatan yang berada di dalam setiap hotel sama, beberapa hotel memiliki keunikan rancangan yang berbeda-beda baik dari sisi kelengkapan ruang, kelengkapan layanan, penampilan bangunan, maupun suasana dalam bangunan yang dirancang (Danny, 2013). Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan khusus atau lebih spesifik dari para tamu hotel. Proses perencanaan sebuah hotel perlu diperhatikan berbagai komponen yang terkait, yang berbeda-beda sesuai dengan jenis hotel yang direncanakan. Oleh karena itu pemahaman pada beberapa klasifikasi hotel perlu dilakukan, dan ditinjau dari beberapa sudut pandang seperti :

1. *Residential* Hotel ; Hotel yang disediakan bagi para pengunjung yang menginap dalam jangka waktu yang cukup lama. Tetapi tidak bermaksud menginap. Umumnya terletak dikota, baik pusat maupun pinggir kota dan berfungsi sebagai penginapan bagi orang-orang yang belum mendapatkan perumahan dikota tersebut.
2. *Transietal* Hotel ; Hotel yang diperuntukkan bagi tamu yang mengadakan perjalanan dalam waktu relative singkat. Pada umumnya jenis hotel ini terletak pada jalan jalan utama antar kota dan berfungsi sebagai terminal point. Tamu yang menginap umumnya sebentar saja, hanya sebagai persinggahan.
3. *Resort* Hotel ; Hotel yang diperuntukkan bagi tamu yang sedang mengadakan wisata dan liburan. Hotel ini umumnya terletak didaerah rekreasi/wisata. Hotel jenis ini pada umumnya mengandalkan potensi alam berupa pemandangan yang indah untuk menarik pengunjung.

Hotel dikelompokkan dalam beberapa kategori yaitu berdasarkan kelas, plan, ukuran, lokasi, area, maksud kunjungan tamu, lamanya tamu menginap, aspek bentuk bangunan dan wujud fisik. Menurut Munandar (2013), klasifikasi hotel berdasarkan maksud kunjungan selama menginap, adalah sebagai berikut:

1. *Business Hotel*; Hotel yang tamunya sebagian besar berbisnis, di sini biasanya menyediakan ruang-ruang meeting dan konvensi.
2. *Resort/Tourism Hotel*; Hotel yang kebanyakan tamunya adalah para wisatawan, baik domestik maupun manca negara.
3. *Casino Hotel*; Hotel yang sebagian tempatnya berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berjudi.
4. *Pilgrim Hotel*; Hotel yang sebagian tempatnya berfungsi sebagai fasilitas beribadah. Seperti hotel-hotel di Arab (pada saat musim haji) dan *Lourdes* di Perancis.
5. *Cure Hotel*; Hotel yang tamu-tamunya adalah tamu yang sedang dalam proses pengobatan atau penyembuhan dari suatu penyakit.

Klasifikasi hotel berdasarkan ukuran besar atau kecilnya hotel dapat dibagi atas 4 golongan yaitu:

- a. *Small Size Hotel* (hotel kecil) yaitu jumlah kamarnya yang kurang 26 kamar tamu.
- b. *Small Average Size Hotel* (hotel sedang) yaitu jumlah kamar 26 sampai 99 kamar tamu.
- c. *Medium Average Size Hotel* (hotel diatas rata-rata) yaitu jumlah kamar 100 sampai 299 kamar tamu.

- d. *Large Size Hotel* (hotel besar) yaitu jumlah kamar 300 sampai 3000 kamar tamu

Sedangkan menurut Bagyono (2012) hotel dapat diklasifikasikan berdasarkan tarif kamarnya, yaitu :

- a. *Economy class hotel*, adalah hotel yang memiliki tarif kamar kelas ekonomi;
- b. *First class hotel*, adalah hotel dengan memiliki tarif kamar mahal; dan
- c. *Deluxelluxury*, adalah hotel dengan memiliki tarif kamar sangat mahal.

2.1.2. Kamar Hotel

Kamar hotel adalah sarana yang disewakan oleh pemilik hotel sebagai tempat yang bersifat pribadi bagi tamu hotel. Besaran tariff yang dikenakan oleh pihak manajemen, tergantung dari luas kamar dan jenis fasilitas yang disediakan.

2.1.2.1. Pengertian Kamar Hotel

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kamar adalah ruang yg bersekat (tertutup) dinding yg menjadi bagian rumah atau bangunan (biasanya disekat atau dibatasi empat dinding). Jadi, kamar hotel adalah suatu ruang bersekat atau tertutup yang terdapat di dalam bangunan yang memiliki banyak ruangan serupa untuk disewakan sebagai ganti dari fasilitas yang diberikan kepada penyewa; bentuk akomodasi yg dikelola secara komersial (KBBI, 2017).

Kamar hotel merupakan area utama dan elemen terpenting dalam sebuah hotel, karena kamar hotel merupakan ruang utama yang menjadi penentu pilihan tamu dimana mereka akan menginap. Selain itu area kamar juga menyediakan berbagai fasilitas untuk melakukan aktifitas yang bersifat pribadi, seperti tempat

tidur, membasuh diri, menjamu tamu untuk pembicaraan rahasia bisnis dan sebagainya (Bagyono, 2013).

Dalam suatu kamar hotel umumnya terdiri dari tempat tidur, nakas, lampu, lemari, meja dan kursi. Namun fasilitas yang diberikan dalam suatu kamar hotel ditentukan berdasarkan jenis dan tujuan hotel tersebut. Kamar hotel umumnya juga menyediakan fasilitas kamar mandi di dalamnya, namun untuk beberapa tipe kamar hotel dengan *budget* yang rendah, seperti hotel *backpacker*, biasanya menyediakan satu kamar mandi untuk beberapa kamar (Dunette, 2016). Keadaan fisik kamar itu sendiri menjadi cerminan keadaan keseluruhan dari hotel tersebut, karena kamar hotel mejadi tujuan utama bagi tamu yang ingin memperoleh kenyamanan secara maksimal pada saat beristirahat setelah melalui hari yang panjang.

Menurut Sulastiyono (2011), kamar hotel adalah fasilitas kamar untuk tidur yang disewakan kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman serta fasilitas kamar lainnya sesuai harga yang telah ditentukan.

Sihite (2010) berpendapat bahawa kamar hotel adalah layanan utama dari kegiatan jasa perhotelan, dapat merupakan rumah-rumah berbentuk apartemen dengan kamar-kamar yang disewakan secara harian, bulanan atau tahunan, juga menyediakan kemudahan-kemudahan seperti restoran, pelayanan makanan yang diantar ke kamar, serta pelayanan kebersihan kamar. Pemesanan kamar dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*.

Berdasarkan definisi para ahli diatas maka penulis menyimpulkan bahwa kamar hotel adalah bagian dari usaha jasa perhotelan yang disewakan kepada orang-orang yang melakukan perjalanan maupun berwisata dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Kamar hotel dilengkapi fasilitas kamar lainnya, view serta pelayanan kebersihan kamar, sesuai harga yang telah ditentukan.

2.1.2.2. Klasifikasi Kamar Hotel

Tipe atau jenis kamar di hotel sangatlah beragam. Bahkan sebutannya-pun kadang berbeda dari hotel yang satu dengan hotel yang lain dan hal ini dapat membingungkan. Oleh karena itu, Campbell (2015) menyatakan bahwa secara umum dapat diklasifikasikan berdasar tingkatannya dimulai dari yang murah hingga yang mahal.

Lebih lanjut Munandar (2013), menyatakan bahwa tipe kamar hotel sendiri dapat dibagi berdasarkan dua hal, yakni jumlah tempat tidur yang terdapat di dalam kamar maupun lebar dari tempat tidur yang disediakan serta fasilitas yang disediakan oleh sebuah hotel yang akan di pesan oleh para tamu.

1. Berdasarkan Fasilitas

a. Standard Room

Standard Room atau kamar standar merupakan sebutan kamar paling murah di sebuah hotel dan biasanya merupakan istilah di hotel-hotel Amerika. Tetapi berbeda dari kamar single (*single room*), kamar standard untuk setiap hotel berbeda-beda. Terkadang memiliki satu ranjang *king-*

size, double dengan 2 ranjang *queen-size*, atau bahkan memang hanya satu ranjang seperti *single room*.

Kamar *Standard* memiliki fasilitas yang paling dasar dari sebuah hotel, biasanya sebuah televisi, pembuat kopi, telepon, meja, kloset dan kamar mandi. Fasilitas tambahannya juga tergantung dari hotel tersebut. Tentunya hotel bintang 2 dengan hotel bintang 5 memiliki fasilitas *standard* yang berbeda. Tapi memang *standard room* merupakan kamar paling murah dari suatu hotel.

b. Superior Room / Premium Room

Biasanya kamar tipe *Superior* ini memiliki definisi yang berbeda-beda di setiap hotel. Terkadang merupakan kamar standard dengan ukuran dan fasilitas yang lebih. Atau juga terkadang mungkin merujuk ke kamar khusus dengan pemandangan atau lokasi yang lebih baik. Biasanya dikenal juga dengan nama *Premium Room*. Sederhananya adalah merupakan kamar yang dilihat hotel lebih baik daripada *Standard Room*. Cara terbaik untuk mengetahui kualitas yang membedakan antara *Superior Room* dengan *Standard Room* adalah dengan menanyakan terlebih dahulu fasilitas kamar *Superior* di hotel terkait.

c. Deluxe Room

Kamar ini didesain untuk terlihat lebih berkelas dalam berbagai hal dimulai dari penampilan, ukuran dan lokasinya. Akan tetapi, dalam beberapa hotel terkadang kamar tipe *Deluxe* dikategorikan di bawah kamar tipe *Superior*.

d. *Junior Suite Room / Studio* ; Merupakan ruangan besar yang dimana ruang tidur dan ruang duduk (*seating area*) terpisah. Walaupun biasanya muncul dalam bentuk kamar *single*, ia tetap memiliki pemisah kecil antara ruang duduk dan ruang tidur. Kamar dengan tipe *Studio* tidaklah begitu berbeda jauh dengan kamar tipe *junior suite*. Hanya saja ukurannya lebih besar karena adanya tambahan dapur dan fasilitas memasak di dalamnya, dan harganya-pun terkadang lebih mahal dibandingkan kamar tipe *Suite*.

e. *Suite Room* ; Dapat dikatakan seperti apartemen kecil di dalam sebuah hotel. Dengan ukuran yang jauh melebihi ukuran standard. Memiliki ruang tidur, ruang tamu dan ruang memasaknya sendiri. Biasanya kamar ini digunakan oleh orang-orang bisnis dan keluarga yang tinggal di hotel untuk periode yang agak lebih lama. Bahkan dalam beberapa kasus untuk hotel yang benar-benar kelas atas, *Suite Room* merupakan kamar termurah mereka. *Suite Room* sendiri dapat diperluas menjadi tipe *Executive* yang biasanya untuk manajer kelas atas dan *Presidential*.

f. *Presidential / Penthouse Room*

Presidential Suite biasanya dikenal juga dengan nama *Penthouse* yang dimana merupakan lantai teratas dari hotel. Dengan ruangan yang lebih besar, pemandangan dan perlengkapan terbaik yang ditawarkan sebuah hotel dan merupakan kamar termahal dari suatu hotel.

2. Berdasarkan Jumlah Tempat Tidur

Tipe-tipe kamar hotel sendiri dapat dibagi berdasarkan jumlah ranjang dalam suatu kamar seperti *single room*, *double room* dan seterusnya.

- a. *Single Room* ; Merupakan kamar untuk satu orang yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran single. Kamar ini diperuntukkan bagi satu orang, sehingga fasilitas dan sirkulasi yang tersedia hanya memadai untuk satu orang.
- b. *Twin Room* ; Sebuah kamar untuk dua orang yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur terpisah, masing-masing berukuran single. Umumnya kamar ini diperuntukkan bagi tamu dengan hubungan yang kurang dekat namun sedang melakukan perjalanan bersama, sehingga mereka akan merasa lebih nyaman dengan privasi pada saat tidur.
- c. *Double Room* ; Merupakan sebuah kamar yang dilengkapi dengan sebuah tempat tidur berukuran *double (King size / Queen size)*. Kamar ini diperuntukkan bagi dua orang dengan hubungan yang lebih erat, seperti keluarga ataupun pasangan, sehingga kebutuhan akan privasi pada saat tidur bukanlah menjadi suatu permasalahan.
- d. *Triple Room / Family Room*

Kamar untuk 3 orang yang biasa disebut juga dengan nama *Family Room*, merupakan kamar dengan satu buah tempat tidur berukuran *Double* dan satu buah tempat tidur berukuran *Single*, atau sebuah kamar yang dilengkapi 3 buah tempat tidur masing-masing berukuran *Single*. Biasanya *Family Room* memiliki ruangan yang lebih besar. Tetapi, semua ukuran tempat tidur ini dapat berbeda-beda untuk setiap hotel. Ada beberapa hotel yang menawarkan *triple room* dengan 3 tempat tidur berukuran *queen size*.

Lebih lanjut, Campbell (2015) menyatakan bahwa tipe-tipe kamar dapat juga ditentukan berdasar tata letak bangunan, seperti :

1. *Connecting room* Adalah dua buah kamar yang berdekatan dimana antara kamar yang satu dengan yang lainnya (bersebelahan) di hubungkan dengan *connecting room*. Biasanya *connecting room* dipergunakan untuk tamu yang sudah berkeluarga atau tamu yang membawa anak. Dimana pintu penghubung ini dapat dibuka untuk mempermudah komunikasi antar anggota keluarga, ntanpa harus keluar dari kamar.
2. *Adjoining room* Adalah dua buah kamar yang bersebelahan/berdekatan satu sama lain tanpa ada pintu penghubung.
3. *Adjacent room* Adalah dua buah kamar yang letaknya berhadapan.
4. *Cabana* Adalah kamar yang letaknya menghadap ke air (laut, danau, dll).
5. *Duplex* Adalah dua buah kamar yang letaknya diatas dan di bawah, di hubungkan dengan tangga penghubung (*stair case*) biasanya jenis kamar seperti ini terdapat di hotel berbentuk *cottage*.
6. *Lanais* Adalah kamar dengan teras (balkon) yang berlokasi menghadap ke kolam atau kebun.
7. *Out side room* Adalah kamar yang menghadap ke jalan.

2.1.2.3. Harga Jual Kamar Hotel

Tujuan dari setiap usaha perhotelan adalah mencari keuntungan dengan menyewakan fasilitas dan menjual pelayanan kepada tamunya. Menurut Pleanggra (2012) pada umumnya usaha perhotelan selalu melakukan kegiatan-

kegiatan sebagai berikut: Penyewaan kamar; Penjualan makanan dan minuman; serta Penyediaan pelayanan-pelayanan penunjang lainnya yang bersifat komersial. Secara teoritis semakin tinggi tingkat penjualan hotel, maka secara langsung akan meningkatkan pendapatan hotel yang pada akhirnya akan menaikkan pendapatan daerah sektor pariwisata.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan memperoleh laba yang maksimal. Menurut Ismayanti (2010), terdapat tiga hal yang menjadi dasar dalam menentukan harga jual pada perusahaan perhotelan :

1. Dasar Biaya ; Biaya yang di pertimbangkan dalam suatu tarif sewa kamar akan menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam menentukan harga. Pada umumnya perusahaan menetapkan harga kamar menggunakan dasar biaya yang telah digunakan dan kemudian di tambah dengan keuntungan yang di inginkan oleh perusahaan.
2. Dasar Konsumen; Penentuan harga pada suatu hotel, mungkin saja tidak sesuai dengan apa yang di kehendaki oleh konsumen. Maka di perlukan penentuan harga berdasarkan selera konsumen atau permintaan konsumen. Dasar penentuan harga yang seperti ini, maka konsumen akan merasa puas terhadap harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Konsumen menganggap harga tersebut telah sesuai dengan kualitas jasa yang didaptkannya.
3. Dasar Persaingan ; Dasar penentuan harga menurut kebutuhan perusahaan lain yang sejenis dan merupakan pesaing-pesaingnya. Cara yang dapat di

lakukan oleh perusahaan dalam melawan pesaingnya adalah dengan menerapkan potongan harga atau diskon, penjualan secara kredit atau angsuran.

Menurut Sugianto (2014), penetapan harga kamar sesuai fasilitas yang tersedia, umumnya bertujuan untuk : Memperoleh keuntungan yang diharapkan bagi hotel yang bersangkutan; Pengembalian investasi (modal yang ditanamkan) sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan; Memperkecil pola persaingan yang ada; Memperbaiki atau mempertahankan *market share* (pangsa pasar) yang ada; serta Meningkatkan penjualan *product line* (garis hubungan bisnis dan produknya). Contohnya *Front Office Departement* dengan *occupancy*-nya (tingkat hunian kamar).

Salah satu tanggung jawab utama seorang manajer pemasaran adalah menentukan harga produk, menentukan harga kamar, memprediksi dan memantau pendapatan *Sales & Marketing Department*, mengkalkulasi pendapatan & pengeluaran *Sales & Marketing* memberikan hak / persetujuan tentang permohonan *complimentary room*. Harga per Kamar (*Basic Rates*) harga setiap kamar sesuai dengan fasilitas masing-masing. Penentuan harga bergantung pada fasilitas, pelayanan, perlengkapan, luas kamar, dan lokasi. Dengan demikian harga ini belum terkena potongan harga. Harga Paket (*Package Rates*) harga kamar merupakan paket, yaitu sewa kamar di tambah pelayanan yang berupa makan dan fasilitas lainnya. Harga sewa kamar dikenakan kepada tamu sesuai dengan jumlah yang akan menginap. Harga Spesial (*Special Rates*) harga kamar ditetapkan secara khusus dan resmi dengan perjanjian harga diberikan kepada biro perjalanan,

perusahaan, penerbangan, dan kedutaan. Harga ini biasanya lebih murah dari harga resmi. Menurut Ismayanti (2010), harga khusus ini terbagi dalam harga :

- *Company Rates*, yaitu harga kamar untuk tamu dari suatu perusahaan tertentu yang menginap secara *continue*.
- *Commercial Rates*, yaitu harga kamar untuk tamu-tamu yang mengadakan perjalanan usaha (*business*).
- *Airlines Rates*, yaitu harga kamar untuk tamu yang bekerja pada perusahaan penerbangan.
- *Seasonal Rates*, yaitu harga kamar yang diberikan kepada tamu saat musim tertentu. Harga ini lebih murah dari harga resmi karena untuk menarik para tamu pada saat hotel mengalami *low season*.
- *Value-Added Pricing* penetapan tarif kamar hotel dengan cara memberikan tarif khusus atau diskon dalam bentuk paket-paket yang menarik dengan memberikan bermacam-macam fasilitas yang dapat dinikmati oleh calon tamu hotel.

Dalam menginformasikan tarif kepada tamu hotel maka dalam tarif kamar yang diinformasikan perlu disampaikan apa saja yang sudah termasuk dalam tarif itu seperti : Kamar saja (*Room Only*), kamar dan makan pagi (*Room and Breakfast*) kamar dan makan tiga kali (*Room and All meals*).

2.1.2.4. Pendapatan Kamar Hotel

Pendapatan paling besar pada suatu hotel berasal dari pendapatan kamar. Pandangan Akuntansi memiliki keanekaragaman dalam memberikan pengertian

pendapatan. Menurut PSAK No.23 menyatakan bahwa pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Pendapatan kamar, menurut Azlina (2018) merupakan sebagai arus kas masuk atau kenaikan-kenaikan lainnya dari nilai keduanya dalam suatu periode akibat dari penyerahan atau produksi barangbarang, penyerahan jasa-jasa atau pelaksanaan aktivitas-aktivitas lainnya yang membentuk operasi-operasi utama atau sentral yang berlanjut dari satuan usaha tersebut. Sementara itu, menurut Kartikahadi (2012) pendapatan merupakan kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Menurut Lau, Peter dan Nelson (2014) pendapatan merupakan arus masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode berjalan yang muncul dalam rangkaian kegiatan biasa dari sebuah entitas ketika arus masuk dihasilkan dalam penambahan modal, selain yang berkaitan dengan kontribusi pemegang ekuitas.

Selain itu, Ermawijaya (2016) berpendapat bahwa pendapatan kamar merupakan suatu penghasilan arus masuk bruto yang didapatkan dari penjualan barang atau jasa selama suatu periode tertentu. Pendapatan dapat diakui bila terdapat manfaat ekonomi sehubungan dengan transaksi yang diperoleh perusahaan. Pendapatan kamar merupakan pendapatan yang paling besar bagi setiap hotel. Pendapatan kamar berarti pendapatan yang di peroleh dari seberapa

besar jumlah tamu yang menginap di hotel tersebut. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Binar (2017), pendapatan kamar merupakan jumlah total yang diperoleh dari penjualan kamar dan jasa lainnya dalam satu malam, dengan jenis cara pembayaran yang bermacam-macam. Pendapatan kamar merupakan sumber pendapatan terbesar yang dihasilkan hotel, disamping pendapatan dari hasil penjualan fasilitas lainnya, seperti penjualan makan dan minuman, serta pelayanan yang diberikan selama menginap di Hotel. Sedangkan menurut Safilarani (2017) pendapatan kamar merupakan hasil dari pencapaian kamar yang terjual pada harga kamar yang terjual.

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan kamar merupakan pendapatan yang paling utama dari layanan jasa perhotelan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan para tamu serta ketetapan penyampaian untuk meingimbangi harapan pelanggan, misalnya kualitas dan pelayanan tingkat huni kamar hotel dapat berakibat pada tinggi rendahnya penyewaan kamar hotel bagi para tamu, yang akan mengakibatkan naik turunnya pendapatan kamar yang diperoleh hotel.

Tingkat pendapatan kamar hotel dalam hal ini dapat dinilai dari besarnya jumlah tamu yang menginap dengan berbagai fasilitas yang diberikan hotel tersebut. Meningkat apabila suatu hotel telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas

dan pelayanan yang diberikan dengan baik sehingga akan memuaskan para tamu yang berkunjung dan akan menarik minat pengunjung untuk kembali lagi ke hotel tersebut, maka akan menambah pendapatan hotel tersebut.

2.1.3. Komisi Penjualan

Pendapatan kamar merupakan pendapatan utama dalam bisnis perhotelan. Dalam rangka menumbuhkan tingkat hunian kamar, jasa perhotelan melakukan kerja sama dengan agen perjalanan (*travel agent*) untuk memasarkan informasi mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan perjalanan, tujuan, dan tempat wisata, serta fasilitas akomodasi di seluruh unit hotel yang dikelolanya. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, jasa perhotelan harus menyesuaikan pola pemasaran hotel dan fasilitasnya melalui aplikasi dalam jaringan internet atau menjadi *on-line*, dan bekerja sama dengan *Online Travel Agent* (OTA). Dilain pihak, *travel agent* mendapatkan komisi penjualan dari setiap kamar hotel yang terjual.

Komisi penjualan merupakan kesepakatan antara pihak manajemen hotel dengan *online travel agent*, berdasarkan perjanjian yang telah ditetapkan oleh pihak tertentu (Mapassa, 2014).

Besarnya komisi penjualan didasarkan pada penjualan kamar yang dibayarkan melalui *online travel agent*. Komisi penjualan berkisar antara 5% hingga 15 %, dan pihak *online travel agent* berkewajiban untuk mempromosikan hotel (Ardi, 2012).

Menurut Sihite (2011), komisi adalah suatu imbalan berupa uang yang diberikan karena jasanya dalam jual beli. Komisi tersebut merupakan hal yang wajar sebagai imbalan atas jasa seseorang yang telah berhasil memasarkan barang atau jasa. Sederhananya komisi yaitu sejenis bonus yang dibayarkan atau yang diberikan kepada pihak yang telah berhasil melakukan penjualan melebihi standar.

Sedangkan menurut Brian (2014), besarnya komisi yang diperoleh dihitung berdasarkan harga beli barang atau jasa yang terjual. Namun, tidak semua perusahaan menggunakan dasar perhitungan komisi yang sama. Oleh karena itu maka diperlukan untuk memastikan apakah ada barang atau jasa tertentu yang dijual namun tidak termasuk dalam perhitungan komisi. Karena bisa saja perusahaan hanya membayar komisi untuk produk tertentu saja.

2.1.3.1. Pengertian Komisi Penjualan

Komisi penjualan merupakan bagian dari insentif yang diberikan kepada bagian penjualan. Menurut Danny (2013), insentif merupakan sesuatu yang mendorong atau yang mempunyai kecenderungan terhadap seseorang untuk melakukan tindakan. Sedangkan menurut Dunette (2016), menerangkan kegunaan insentif merupakan guna lebih mendorong produktivitas kerja yang lebih tinggi, banyak organisasi yang menganut sistem insentif sebagai bagian dari sistem imbalan yang berlaku bagi para karyawan organisasi.

Menurut Fallon (2015), istilah sistem insentif mempunyai pengertian yang terbatas, karena tidak mencakup banyak jenis perangsang yang ditawarkan kepada para karyawan untuk melaksanakan kerja sesuai atau lebih tinggi dari standar-

standar yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, sistem ini tidak meliputi pembayaran upah kerja lembur, upah untuk waktu tidak bekerja, atau upah *diferensial* berdasarkan *shift*. Begitu juga, istilah itu pada umumnya digunakan dengan tidak mencakup pembayaran premi untuk pelaksanaan tugas-tugas yang berbahaya.

Perwakilan adalah biro perjalanan umum, agen perjalanan, badan usaha lainnya atau perorangan yang ditunjuk oleh suatu biro perjalanan umum yang berkedudukan di wilayah lain untuk melakukan kegiatan yang diwakilkan, baik secara tetap maupun sementara. Menurut Vallen (2015) biro perjalanan atau *travel* merupakan suatu perusahaan yang memperoleh pendapatan dan keuntungan dengan menawarkan dan menjual produk serta jasa-jasa yang diberikannya kepada pelanggannya.

Sedangkan menurut Brian (2014) biro perjalanan atau yang sering dikenal dengan *travel* merupakan sebuah perusahaan yang menjual rancangan perjalanan secara langsung pada masyarakat dan lebih khusus lagi menjual transportasi udara, darat, laut; akomodasi penginapan; pelayaran wisata; wisata paket; asuransi perjalanan; dan produk lainnya yang berhubungan.

Online Travel Agent adalah salah satu jenis *Travel Agent* yang melakukan seluruh jenis kegiatannya melalui *online* Campbell (2015). Jenis *Travel Agent* ini menyediakan layanan reservasi *online* merupakan sarana yang dibutuhkan seseorang dalam melakukan perjalanan. Tugas *Online Travel Agent* adalah menjadi perantara yang dipercaya dan konsultan bagi perusahaan akomodasi dan maskapai penerbangan dalam promosi secara *online* dan meningkatkan kunjungan

tamu (Yee, 2013). *Online Travel Agent* juga memberikan kemudahan dari segi reservasi kamar dengan fasilitas *online reservation form* dilengkapi *room availability* yang mudah di pahami dan langsung diproses melalui situs tersebut ke hotel atau restoran yang di tuju.

Secara umum, pihak hotel yang bekerjasama dengan perusahaan *Online Travel Agent* melakukan pembayaran perbulan sesuai komisi yang disepakati dengan perhitungan persentase dengan harga kamar per malam Christanto (2014). Terdapat dua tipe komisi penjualan yang dapat digunakan pada *Easy Accounting System* yakni, persentase dan jumlah tetap.

Perhitungan komisi dengan menggunakan persentase adalah perhitungan secara otomatis yang akan dikalikan dengan persentase tertentu yang akan dikalikan dengan dasar perhitungan komisi. Perhitungan komisi dengan jumlah tetap adalah perhitungan komisi dengan jumlah komisi yang telah ditetapkan, nilai yang ditetapkan tersebut tidak akan berubah, jadi komisi yang di dapat akan tetap sama meskipun nilai penjualan berbeda.

Biaya komisi penjualan dibebankan kepada hotel karena sebagai bentuk balas jasa kepada pihak *Online Travel Agent* yang memasarkan hotel tersebut secara digital, hingga terjadinya pemesanan kamar hotel tersebut. Pemesanan kamar hotel melalui *Online Travel Agent* akan dikenakan biaya komisi, jadi semakin tinggi penjualan melalui *Online Travel Agent* semakin tinggi potensi *Average Room Rate* hotel tersebut.

Online Travel Agent menyediakan informasi berupa informasi penerbangan, menyediakan informasi tentang lokal tertentu; agen perjalanan online, yang memungkinkan pencarian dan pemesanan tiket hotel, transportasi, dan objek wisata; aplikasi fasilitator, panduan atraksi, yang memberikan tips dan informasi perjalanan tentang atraksi tertentu seperti taman hiburan, yang menyediakan hiburan selama perjalanan. Selain menyediakan informasi diatas, *Online Travel Agent* juga memberikan informasi yang berbeda bagi wisatawan lain yang bertujuan untuk liburan, *Online Travel Agent* memberikan peluang bagi wisatawan untuk menuliskan dan berbagi pengalaman perjalanan mereka, baik yang memuaskan maupun yang tidak memuaskan. Sehingga melalui *web* atau *platform* tersebut, wisatawan lain yang akan berkunjung ke wisata atau hotel tersebut dalam memilah mana tujuan yang sesuai atau tidak (Gursoy, 2017).

2.1.3.2. Tujuan dan Manfaat Pemberian Komisi Penjualan

Online Travel Agency (OTA) telah mengubah perilaku wisatawan yang sekarang bergantung pada Internet untuk mencari informasi, merencanakan perjalanan, membeli tiket dan akomodasi perjalanannya.

Iskandar (2017) menyatakan bahwa 65% wisatawan *leisure* dan 67% wisatawan bisnis, mencari informasi di internet terlebih dahulu untuk mencari segala informasi tentang suatu tempat yang akan dikunjungi, seperti tempat wisata, moda transportasi, tempat makan, tempat menginap, dan sebagainya.

Menurut para wisatawan, membuat pengaturan perjalanan sendiri, membuat reservasi maskapai, dan hotel, melalui internet merupakan hal yang

dapat menghemat biaya, karena dapat menghilangkan biaya perantara seperti pada *offline travel agencies* (Hamid, 2011). *Traditional travel agencies* biasanya menjual paket liburan, menawarkan konseling, serta nasihat perjalanan, juga memberikan keunggulan dalam penjualan, sementara OTA melayani pembeli yang lebih independent serta ditentukan oleh harga dan waktu yang sensitif. Nilai *plus* yang di berikan dibanding dengan *travel tour offline* adalah saluran non-stop yang dapat diakses oleh siapapun untuk pemesanan transportasi dan akomodasi, serta terciptanya hal yang praktis, efektif, dan efisien.

Dengan adanya *Online Travel Agent*, maka ada berbagai kemudahan di dalamnya untuk di *access* oleh siapa saja. *Online Travel Agent* menciptakan apa yang disebut sebagai *extranet*. Sebuah *interface* berbasis *web* yang bisa diakses oleh pihak hotel, dengan *username* dan *password*. *Online Travel Agent* meminta hotel untuk menyediakan *allotment* tetap yaitu jumlah kamar yang selalu tersedia untuk *Online Travel Agent* tertentu. Kerjasama antara pihak *Online Travel Agent* dan hotel dalam mengelola *extranet* ini didasarkan atas perjanjian yang ditandatangani pada dokumen digital. Nantinya pihak *Online Travel Agent* mendapatkan *fee*/komisi antara 5% sampai 15% dari setiap kamar/malam, membayar yang dipesan tamu. Persentase ini akan dihitung sebagai biaya (*coast*) oleh pihak hotel (Paturusi & Tirtayasa, 2017)

Hasil penelitian Iskandar (2017), menyatakan bahwa keberadaan tujuan pemberian komisi penjualan kepada *Online Travel Agent*, adalah sebagai berikut :
Promosi terhadap layanan jasa perhotelan; Informasi pelayanan, harga kamar serta

fasilitas yang tersedia; Sebagai referensi pilihan liburan; serta Menginformasikan harga dan paket yang ditawarkan.

Lebih lanjut, Iskandar (2017) menyatakan bahwa pihak hotel mendapatkan manfaat yang *significant* dari keberadaan *Online Travel Agent* sebagai sarana informasi layanan hotel yang mampu menarik minat kunjungan wisatawan ke hotel tersebut (wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara) dari berbagai kalangan dan pada akhirnya mampu meningkatkan penjualan kamarnya.

2.1.4. *Average Room Rate Hotel*

Average Room Rate menurut Gordon (2016), merupakan harga rata-rata penjualan kamar yang diperoleh kegiatan utama perusahaan perhotelan yaitu penjualan kamar. Selanjutnya menurut Safilarani (2017), *Average Room Rate* merupakan harga kamar rata – rata yang diperoleh dari total penjualan. Sedangkan menurut Gehee (2016), *Average Room Rate* merupakan hasil akhir dari pendapatan penjualan kamar secara rata-rata dari periode tertentu.

Menurut Wild (2013) *Average Room Rate* merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. *Average Room Rate* merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual.

Selain itu, berdasarkan teori dari Fallon (2015) menyatakan bahwa *Average Room Rate* hotel tersebut akan meningkat jika pihak hotel dapat menjaga harga jual kamar sesuai dengan kelas hotel tersebut, atau dapat disebutkan sebagai

nilai harga rata-rata kamar yang terjual pada periode tertentu. Lebih lanjut Umar (2015) menyatakan, *Average Room Rate* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut : ***Average Room Rate = Room Revenue : Room Sold***

Berdasarkan definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Average Room Rate* adalah harga rata-rata penjualan kamar yang di peroleh dari penjualan kamar hotel tersebut. Informasi *Average Room Rate* diperlukan untuk mengetahui kontribusi pendapatan kamar dalam menutupi biaya hotel tersebut.

2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Average Room Rate*

Menurut Yoeti (2013), menuliskan bahwa harga, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar.

Sedangkan menurut Suarthana (2014), faktor – faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain adalah lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar dan promosi.

Berikut ini penjelasan tentang faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar, yaitu :

1. Lokasi Hotel Lokasi ini berperan sangat besar dalam keberhasilan menarik minat tamu yang datang. Lokasi hotel sangat strategis sangat memberikan keuntungan bagi pihak hotel karena pada umumnya tamu mencari tempat untuk menginap yang berlokasi di kawasan wisata, pusat perbelanjaan, pusat kota, pusat hiburan, dan memiliki aksesibilitas yang tinggi dengan tempat – tempat seperti bandara. Lokasi yang strategis dapat memberikan keuntungan

berupa posisi tawar yang lebih baik dalam menetapkan harga kamarnya sehingga lokasi yang strategis membuat tamu menjadi lebih lama tinggal. Hal ini dapat memberikan kontribusi yang besar bagi tingkat hunian kamar pada hotel tertentu.

2. Pelayanan Hotel Baik hotel ataupun villa menetapkan standar pelayanan kepada tamu yang datang sehingga tamu merasa diperhatikan dan mendapat pelayanan yang istimewa. Standar pelayanan harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi para tamu yang menginap.

3. Harga Kamar Pada dasarnya penetapan harga kamar adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa maka dalam penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pemberian pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai sehingga dapat memberikan kepuasan bagi tamu yang menginap.

4. Promosi Promosi pada dasarnya bertujuan untuk menginformasikan kepada banyak orang bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Pernyataan ini dapat dimengerti bahwa promosi sangat penting artinya dalam menentukan keberhasilan menjual kamar dari sebuah hotel, villa atau pun resort melalui media – media promosi agar calon tamu dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan.

Menurut Sugiarto (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga kamar ada dua, yaitu:

1. Faktor-faktor Internal, faktor-faktor ini merupakan faktor-faktor yang disebabkan dari dalam hotel, antara lain: sasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, dan biaya.

2. Faktor-faktor Eksternal, faktor-faktor ini disebabkan dari luar hotel, antara lain: pasar dan permintaan, kompetitor, serta lingkungan.

Sedangkan menurut Yoeti (2013), menyatakan bahwa faktor-faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan penetapan harga kamar adalah tingkat inflasi, kelangkaan dana, tingginya tingkat bunga, dan tajamnya tingkat persaingan.

Selain itu, Barrows dan Powers (2015) menuliskan bahwa, akan ada sebuah kecenderungan pada hotel untuk memberikan potongan harga saat permintaan berkurang dan di sisi lain pada saat permintaan menjadi tinggi maka harga cenderung tetap tinggi.

Maka dari uraian diatas dapat dikristalisasikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga baik secara internal maupun eksternal adalah sasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, tingkat inflasi, pasar, permintaan, dan lingkungan sekitar serta musim.

2.1.6 Hubungan Antara Pendapatan Kamar Terhadap Average Room Rate

Menurut Yuwono, Indra (2015), untuk meningkatkan tingkat hunian kamar maka perlu diketahui terlebih dahulu pelaksanaan *advertising* yang

ditunjukkan dengan jumlah biaya tingkat hunian kamar pendapatan hotel tiap tahunnya.

Selanjutnya Susanto (2014), meneliti mengenai Analisis Tingkat Hunian dan Pendapatan hotel di Kabupaten Jember. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa tingkat hunian kamar berpengaruh positif terhadap pendapatan hotel di Kabupaten Jember.

2.1.7 Hubungan Antara Komisi Penjualan Terhadap Average Room Rate

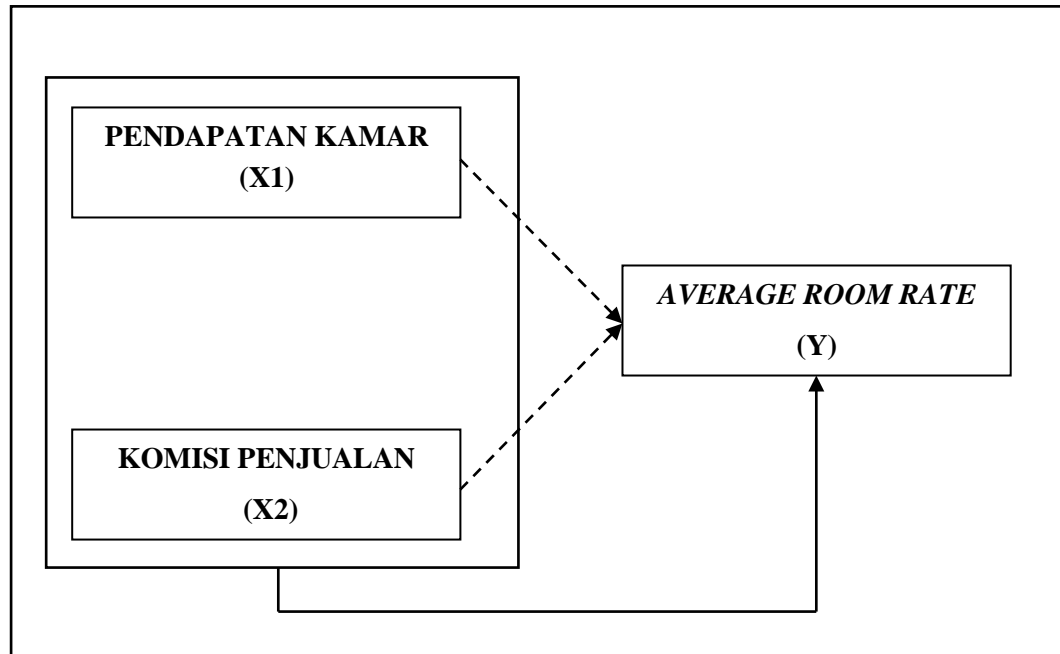
Menurut Vallen (2015), biro perjalanan atau *travel* merupakan suatu perusahaan yang memperoleh pendapatan dan keuntungan dengan menawarkan dan menjual produk serta jasa yang diberikannya kepada pelanggan.

Selanjutnya Zuzana Vaculčíková, Zuzana Tučková dan Adriana Dorková, Universitas Tomas Bata di Zlín, Republik Ceko (2019), yang melakukan penelitian berjudul Evaluasi Manajemen Hasil Pada Penerapan *Online Travel Agent* sebagai Alat Peningkatan Pendapatan Hotel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh positif dengan penerapan manajemen hasil di masa depan, pendapatan hotel harus meningkat setiap tahun.

2.2. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2016), kerangka pemikiran merupakan sebuah model konseptual tentang bagaimana teori penelitian berhubungan dengan faktor yang diteliti. Untuk lebih menjelaskan hubungan antar variabel tersebut, dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2020

Keterangan:

- > Pengaruh secara parsial
 —————> Pengaruh secara simultan

2.3. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Dari penjelasan diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H₁ : Pendapatan kamar berpengaruh secara parsial terhadap *Average Room Rate* di Hotel Bintang Agro.
2. H₂ : Biaya komisi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap *Average Room Rate* di Hotel Bintang Agro.

3. H_3 : Pendapatan kamar dan Komisi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap *Average Room Rate* di Hotel Bintang Agro.

2.4. Penelitian Terdahulu

Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian, terutama terhadap keterkaitan variabel yang digunakan, maka pada penelitian ini, penelitian menggunakan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai acuan dan referensi bagi penulis:

1. Dwi, Agustin (2011), yang menyatakan bahwa harga pengaruh positif terhadap jumlah hunian kamar pada hotel Grand Aloha Lumajang Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar biaya promosi, untuk mengetahui jumlah hunian kamar dan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh biaya promosi (X) terhadap jumlah hunian kamar (Y).
Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif melalui wawancara dan observasi langsung, pengolahan data bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis statistic dengan jumlah sampel biaya promosi dan jumlah hunian kamar selama periode 5 tahun (2006-2010). Kesimpulan dalam penelitian ini adalah menunjukkan bahwa selama lima tahun hotel mengalami peningkatan jumlah hunian. Pada tahun 2007 peningkatan jumlah hunian sebesar 42,3% pada tahun 2008 hotel mengalami peningkatan sebesar 53,2% tahun 2009 peningkatan sebesar 61,1% dan pada tahun 2010 peningkatan sebesar 77,1%.

Berdasarkan analisis regresi dapat disimpulkan bahwa $Y = a + bX$ atau $Y = -18.31223887 + 5.40933306 X$, jika $X= 0$ maka hal ini mempunyai arti bahwa bila biaya promosi tidak ada atau tidak ditambah maka jumlah hunian kamar mengalami kerugian 18.312 kamar, jika $X= +1$ maka hal ini berarti mempunyai arti bahwa bila biaya promosi ditambah Rp 1.000.000,00 maka jumlah hunian kamar akan bertambah 5.409 kamar. Berdasarkan analisis 57 korelasi dapat disimpulkan bahwa $r = 0,99$ hal ini mempunyai arti bahwa antara biaya promosi terhadap jumlah hunian kamar terdapat hubungan yang sangat kuat, sedangkan koefisien determinasi sebesar 0,9801 atau 98,01%. Ini berarti 98,01% biaya promosi mempengaruhi jumlah hunian, sedangkan 1,39% dipengaruhi faktor lain. Dengan $n= 5$ pada taraf signifikan $\lambda= 0.05$ dan nilai t hitung $>$ dari t tabel. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pengaruh biaya promosi terhadap jumlah hunian kamar hotel pada Hotel Grand Aloha Lumajang, Jawa Timur. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama- sama menggunakan hotel sebagai tempat penelitian dan membahas tentang pengaruh Biaya Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Hunian Kamar. Perbedaan terletak pada tempat yang diteliti dengan hotel yang berbeda, perbedaan paradigma penelitian, perbedaan variabel penelitian yang pada penelitian ini ditambahkan pengaruh Tarif Sewa Kamar, perbedaan pertanyaan penelitian/hipotesis penelitian, dan perbedaan pada tujuan dari penelitian yaitu pada penelitian ini tidak hanya tentang biaya promosi, namun

juga tentang pengaruh tarif sewa kamar tersebut terhadap peningkatan jumlah hunian kamar hotel.

2. Yuwono, Indra (2015), yang menyatakan bahwa pelaksanaan advertising berpengaruh terhadap peningkatan *average room rate* pada hotel Kalpataru Kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi yang telah dilakukan selama ini oleh Hotel Kalpataru adalah melalui media *advertising*. Menganalisis pengaruh advertising terhadap tingkat hunian kamar hotel dan menganalisis penentuan advertising yang efektif dalam meningkatkan hunian kamar hotel. Mengetahui bagaimana upaya Hotel Kalpataru Malang dalam melaksanakan kegiatan advertising yang efektif untuk meningkatkan tingkat hunian kamar maka perlu diketahui terlebih dahulu pelaksanaan *advertising* yang ditunjukkan dengan jumlah biaya *advertising* dan tingkat hunian kamar yang ditunjukkan dengan realisasi pendapatan hotel tiap tahunnya. Analisis yang dipergunakan untuk mengetahui besar pengaruh adalah menggunakan analisis regresi linear, sedangkan dalam pengujian hipotesisnya menggunakan uji t. Dalam analisis ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*advertising*) dan variabel terikat (tingkat hunian kamar hotel). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan *advertising* dengan peningkatan tingkat hunian kamar pada Hotel Kalpataru Malang. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dengan nilai t hitung (3,404) yang lebih besar daripada t tabel (2,353) atau nilai sig t (0,042) lebih kecil daripada sig α (0,05). Pengaruh advertising terhadap tingkat hunian kamar ditunjukkan dengan nilai t hitung

sebesar 3,404 lebih besar dari t tabel yakni 2,353 atau nilai sig t (0,042) lebih kecil dari sig α (0,05) yang berarti pelaksanaan 59 *advertising* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap peningkatan tingkat hunian kamar hotel. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama menggunakan hotel sebagai tempat penelitian dan membahas tentang hal yang mempengaruhi Peningkatan Jumlah Hunian Kamar. Perbedaan terletak pada tempat yang diteliti dengan hotel yang berbeda, perbedaan paradigma penelitian, perbedaan variabel penelitian yang pada penelitian ini menggunakan Biaya Promosi dan Tarif Sewa Kamar, perbedaan pertanyaan penelitian/hipotesis penelitian, dan perbedaan pada tujuan dari penelitian yaitu pada penelitian tentang pengaruh biaya promosi dan tarif sewa kamar tersebut terhadap peningkatan jumlah hunian kamar.

3. Penelitian Ibrianti (2015), yang berjudul “Pengaruh jumlah kunjungan wisata, jumlah objek wisata, dan tingkat hunian hotel terhadap pendapatan daerah sektor pariwisata di Kabupaten Lingga periode 2011-2013” dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kunjungan wisata, jumlah objek wisata, dan tingkat hunian hotel terhadap pendapatan daerah sektor pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa dari hasil perhitungan nilai adjusted R square sebesar 41,5%. Artinya 41,5% pendapatan sektor wisata dipengaruhi oleh tiga variabel bebas, kunjungan wisata, tingkat hunian hotel, serta jumlah objek wisata. Sedangkan sisanya 58,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model.

4. Penelitian Susanto (2014), yang berjudul “Analisis tingkat hunian dan pendapatan hotel di Kabupaten Jember selama bulan berkunjung ke Jember (BBJ)” yang bertujuan untuk menganalisis tingkat hunian dan jumlah wisatawan berpengaruh positif terhadap pendapatan hotel selama bulan berkunjung ke Jember (BBJ). Ditarik sebuah kesimpulan dari uji SPSS, bahwa tingkat hunian berpengaruh positif terhadap pendapatan hotel di Kabupaten Jember dan jumlah wisatawan tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan hotel di Kabupaten Jember.
5. Zuzana Vaculčíková, Zuzana Tučková dan Adriana Dorková, Universitas Tomas Bata di Zlín, Republik Ceko (2019), yang melakukan penelitian berjudul Evaluasi Manajemen Hasil Pada Penerapan *Online Travel Agent* sebagai Alat Peningkatan Pendapatan Hotel. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk studi kasus pada beberapa hotel di Republik Ceko.

Beberapa indikator manajemen hasil akan digunakan seperti rata-rata tingkat, pendapatan per kamar yang tersedia, perhitungan biaya tetap dan variabel dan tingkat hunian rata-rata. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan penerapan manajemen hasil di masa depan, pendapatan hotel harus meningkat setiap tahun. Penelitian ini harus meningkatkan kesadaran dalam manajemen hotel dan menawarkan dorongan untuk mempertimbangkan perubahan dalam harga untuk meningkatkan kesinambungan ekonomi masa depan yang lebih baik.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data numerik yang di olah menggunakan metode statistika. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengumpulan data dan hasilnya dapat di analisa secara statistik untuk mencari suatu perbedaan variabel yang sedang di teliti.

Peneliti menggunakan metode penelitian diatas untuk mengetahui pendapatan kamar dan komisi penjualan terhadap *average room rate* di Hotel Bintan Agro.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan pada Hotel Bintan Agro yang beralamat di Jalan Pantai Trikora Km 36, Pulau Bintan-Indonesia. Penulis memilih Hotel Bintan Agro sebagai tempat penelitian karena perusahaan tersebut melakukan beberapa terobosan pemasarannya dengan mengandeng *travel agent* sebagai salah satu media pemasaran *online*. Perubahan kebijakan mulai dilaksanakan pada tahun 2017 hingga sekarang dan berhasil meningkatkan rata-rata penjualan kamar di hotel tersebut. Selain itu perusahaan merupakan salah

satu jasa pelayanan hotel yang tidak hanya menawarkan jasa pelayanan akomodasi sematataetapi juga menawarkan keindahan alamnya sebagai salah satu produk andalan dalam pemasarannya. Kondisi ini pada akhirnya menyebabkan Hotel Bintan Agro sebagai salah satu destinasi wisata yang banyak menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesana.

Adapun waktu penelitian dilakukan pada Bulan Januari-Juli Tahun 2020, dengan fokus penelitian dilakukan terhadap pendapatan kamar dan komisi penjualan terhadap *average room rate* di Hotel Bintan Agro, dari Tahun 2017 hingga Tahun 2019.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sunyoto (2016) data sekunder merupakan data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan. Sedangkan menurut Sugiyono (2016) sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan. Sumber data penelitian diambil dari laporan keuangan bulanan Hotel Bintan Agro pada tahun 2017-2019.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah aktivitas yang menggunakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015) Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif sesuai lingkup penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik masalah yang akan diteliti melalui buku-buku ilmiah, laporan penelitian dan dokumentasi lainnya baik secara tertulis ataupun elektronik lainnya V. Wiratna Sujarweni (2015).

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan menganalisis informasi yang didokumentasikan dalam bentuk tulisan atau bentuk-bentuk lain. Menurut Sugiyono (2016) dokumentasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar berupa laporan serta keterangan yang mendukung penelitian.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2017). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel indenpenden dan variabel dependen.

3.5.1. Variabel Independen/Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2016), variabel bebas / *independen* adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependen*, variabel bebas penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pendapatan Kamar (X1)

Menurut Ermawijaya (2016) pendapatan kamar merupakan pendapatan yang paling besar bagi setiap hotel. Pendapatan kamar sangat berpengaruh terhadap *average room rate hotel* di karenakan semakin banyak kamar terjual semakin tinggi pendapatan kamar. Adapun harga kamar yang telah ditetapkan berkisar ratusan-jutaan Rupiah.

2. Komisi Penjualan (X2)

Komisi penjualan merupakan bagian dari insentif yang diberikan kepada bagian penjualan. Menurut Dunette (2016), komisi penjualan atau insentif merupakan upaya yang mampu mendorong produktivitas kerja yang lebih tinggi, banyak organisasi yang menganut sistem insentif sebagai bagian dari sistem imbalan (komisi). Biaya komisi penjualan besarnya dihitung berdasarkan jumlah kamar yang terjual.

Komisi penjualan ditentukan berdasarkan hasil kesepakatan antara *travel agent* dengan pihak manajemen hotel, yang berkisar antara 9% hingga 12% dari total harga penjualan kamar yang dilakukan oleh pihak *travel agent*. Komisi penjualan yang di tetapkan yaitu ratusan-jutaan Rupiah.

3.5.2. Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2016) variabel *dependen* (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (variabel *independen*). Pada penelitian ini yang menjadi yang menjadi variabel dependen (Y) yang akan di teliti adalah *average room rate* hotel.

Menurut Gehee (2016), *Average Room Rate* (ARR) merupakan hasil akhir dari pendapatan penjualan kamar secara rata-rata dari periode tertentu. ARR merupakan indikator yang digunakan untuk mengetahui “*rata-rata harga kamar*” yang terjual pada kurun waktu tertentu dengan menghitung rata-rata harga kamar berdasarkan jumlah kamar yang dihuni oleh tamu.

Pengukuran variabel ARR dilakukan dengan membagi seluruh pendapatan kamar dari berbagai klasifikasi harga (Rp. 833.333 - Rp. 1.500.000), terhadap jumlah kamar yang terjual atau terisi. Seluruh pendapatan kamar dan jumlah kamar yang terisi, tercatat pada laporan keuangan perusahaan.

3.6. Teknik Pengolahan Data

Menurut Sunyoto (2011:140), dalam penelitian ini, tahap pengolahan data yang digunakan yaitu data yang dilakukan setelah data penelitian tersebut diolah baik secara manual maupun computer. Dengan kata lain deskriptif kuantitatif berkaitan langsung dengan bilangan angka diantaranya :

1. Reduksi Data ; Menurut Djunaidi dan Fauzan Alhanshur (2012: 308), reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul

dari lokasi penelitian. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama kegiatan penelitian yang berorientasi kualitatif berlangsung. Proses reduksi data dimulai ketika proses pengumpulan data telah selesai dilakukan. Data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan pemilahan terhadap data data yang diperlukan dalam proses penelitian. Data mentah yang diperoleh kemudian dirangkum dan disusun dengan baik.

2. Display/Penyajian Data ; Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mengamati adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mengamati terhadap penyajian data, penelitian akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang didapat peneliti dari penyajian tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013: 341) mengungkapkan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data penelitian adalah dengan teks yang bersifat naratif maupun tabulasi data.

Menurut Sunyoto (2011:140), dalam penelitian ini, tahap pengolahan data yang di gunakan yaitu data yang dilakukan setelah data penelitian tersebut di olah. Yang merupakan variabel bebas (variabel indenpenden) dalam penelitian ini adalah pendapatan kamar dan komisi penjualan. Sedangkan yang merupakan variabel terikat (variabel dependen) dalam penelitian ini adalah *average room rate*. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan alat bantu *software computer SPSS (statistical program for social science) for windows* selain menggunakan SPSS, teknik pengolahan data juga

dengan memasukkan data-data sekunder yang telah diperoleh baik melalui observasi, maupun kepustakaan ke dalam rumus-rumus yaitu:

1. Rumus yang digunakan untuk memperoleh angka pendapatan kamar adalah sebagai berikut :

$$\text{Pendapatan Kamar} = \text{Harga Kamar} \times \text{Jumlah Kamar Terjual}$$

2. Rumus yang digunakan untuk memperoleh angka komisi penjualan kamar adalah :

$$\text{Biaya Komisi} = \text{Persentase Komisi} \times \text{Total Pendapatan Kamar}$$

3. Rumus yang digunakan dalam memperoleh angka *average room rate* adalah :

$$\text{ARR} = \text{Total Pendapatan Kamar} : \text{Total Kamar Terjual}$$

3.7. Teknik Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi *software* computer SPSS 21. Analisis ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, dilakukan dengan menguji kualitas data dan analisis sebagaimana diuraikan pada sub bab berikut.

3.7.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi, maksimum dan

minimum. Statistika deskriptif merupakan statistik yang mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka didalam penelitian dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh oleh peneliti tidak bias. Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi Ghazali (2016).

3.7.2.1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016) Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun dasar pengambilan keputusan terhadap data yang telah dilakukan uji normalitas, adalah sebagai berikut :

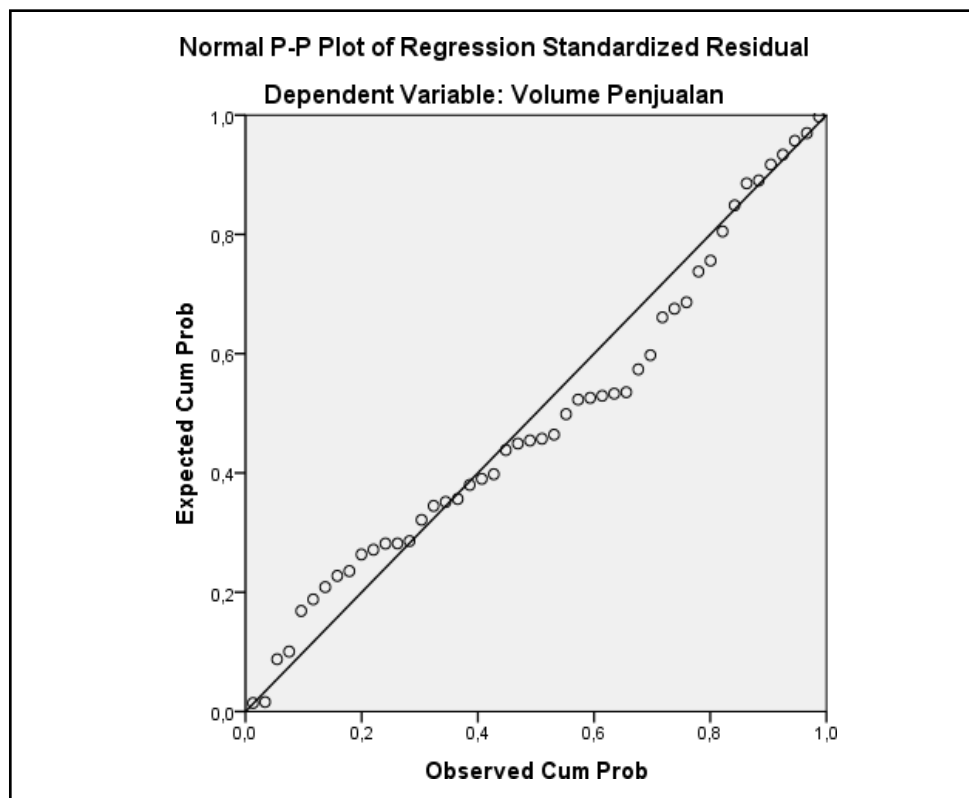
1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual* (Duwi Priyatno 2012).

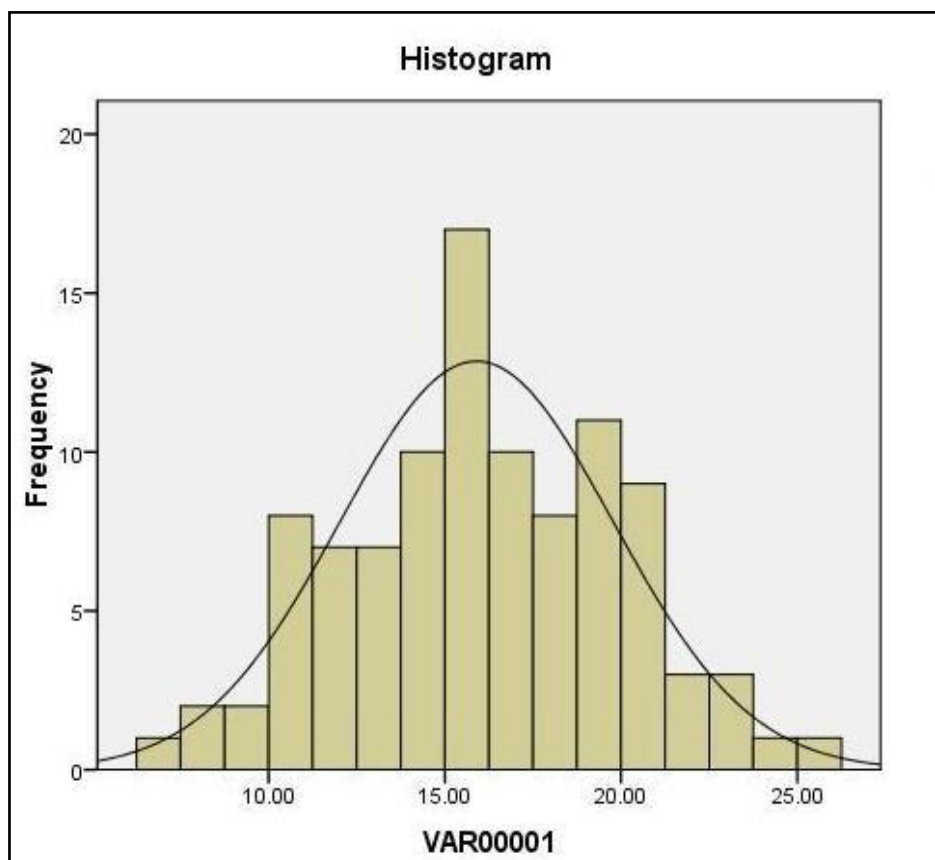
Gambar 3.1
Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual



Sumber : Danang Sunyoto, 2011

Metode grafik dengan histogram Menurut Danang Sunyoto (2011) persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Cara mendeteksinya adalah sebagai berikut: Cara grafik histogram dalam menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak, cukup membandingkan antara data riil/nyata dengan garis kurva yang terbentuk, apakah mendekati normal atau memang normal sama sekali. Jika data riil membentuk garis kurva cenderung tidak simetri terhadap *mean* (μ) maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal, dan sebaliknya.

Gambar 3.2
Uji Normalitas Dengan Menggunakan Grafik Histogram

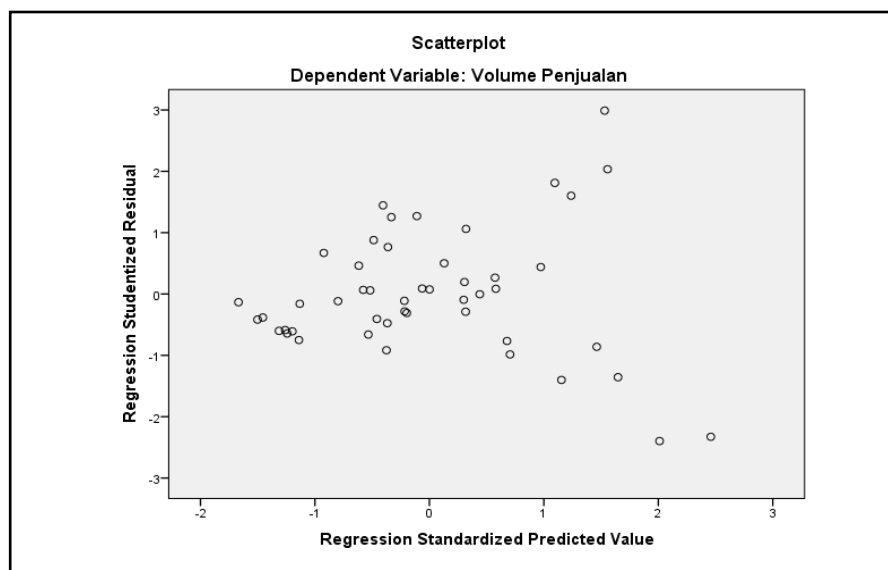


Sumber : Danang Sunyoto, 2011

3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyastama, 2017). Menurut Imam Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara lain prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*). Jika ada titik – titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik –titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3.3
Uji Heteroskedastisitas Dengan Menggunakan Grafik *Scatterplot*



Sumber : Danang Sunyoto (2011:84)

3.7.2.3. Uji Multikolinearitas

Multikolonieritas adalah persamaan regresi berganda yaitu kolerasi antara variabel-variabel bebas diantara satu dengan yang lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Menurut Sunyoto (2016), dalam menentukan ada tidaknya multikolonieritas dapat digunakan dengan cara melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* lebih tinggi daripada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolonieritas. Dampak dari adanya Multikolinearitas sebagai berikut :

1. Pengaruh masing-masing variable bebas tidak dapat dideteksi atau sulit dibedakan.
2. Kesalahan standar estimasi cenderung meningkat dengan makin bertambahnya variable bebas.
3. Tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol (H_0) semakin besar.
4. Probabilitas untuk menerima hipotesis yang salah semakin besar.
5. Kesalahan standar bagi masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, akibatnya nilai t menjadi sangat rendah.

3.7.2.4. Uji Autokorelasi

Menurut Danang Sunyoto (2011:91), persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka

persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi.

Menurut Sunyoto (2016) ketentuan pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson (*DW test*), antara lain sebagai berikut :

1. Jika d lebih kecil dari dL , atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan keputusan yang pasti.

3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sunyoto (2016) tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi atau dinaikturunkan nilainya. Adapun model regresi dengan dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = *Average Room Rate*

a = Konstanta

b₁ s/d b₄ = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X₁ = Pendapatan Kamar

X₂ = Komisi Penjualan

e = Faktor lain diluar model (residu)

3.7.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan secara bersama dapat mempengaruhi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis yang telah dibuat, dilakukan serangkaian pengujian hipotesis, sebagaimana diuraikan pada bagian berikut ini.

3.7.4.1. Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial menggunakan t test dan seluruh analisis data menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Nilai t_{hitung} digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Menurut Ghazali (2016) uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variable independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variable dependen secara parsial. Tingkat

signifikan pada penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tingkat signifikan adalah tingkat toleransi kesalahan yang dapat terjadi dalam penelitian ini. Dengan kriteria pengambilan keputusan :

1. H_0 ditolak : $\text{Sig-t} < 0,05$, yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. H_0 diterima : $\text{Sig-t} > 0,05$, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Adapun kriteria pengujian Uji-T menurut (Priyatno, 2013:184) adalah:

- a. Jika $-t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Sedangkan kriteria pengujian secara signifikansi adalah :

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.
 - b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
3. Pengujian Nilai Kritis (t tabel)

Tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan df (n-k-1) dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen.

3.7.4.2. Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji statistik F mengukur *goodness of fit*, yaitu ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel independen terhadap variabel terikat.

Menurut Ghozali (2016) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama–sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
2. Kriteria keputusan :
 - a) Uji Kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 - b) Uji Kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

3.7.4.3. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2016) koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independent. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2016).

DAFTAR PUSTAKA

- Adekunle, A. (2014). *Impact of Online Business on Operational Risk Management. Journal Of The Business School University of Gloucestershire.*
- Adisasmita, R. (2011). *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Agus, S. (n.d.). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel.* Bandung: Alfabetha.
- Azlina, M. W. dan Y. (2018). *Analisis Hubungan Biaya Promosi dengan Pendapatan pada PT. Bank XYZ.* Akuntansi.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2017). *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kelima.*
- Binar, Wahyudi dan. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Hotel Baha-Baha Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat) Tahun 2012-2016.* Ekonomi Dan Bisnis.
- BPS Provinsi Kepulauan Riau. (2019) *Perkembangan Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau.* No 10/02/21/Th XV, 3 Februari 2020
- Brian, A. (2014). *Development of Tourism Object in South East Asia. PT. Gramedia. Pengaruh Motivasi Pada Minat Mahasiswa Non Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi.*
- Campbell, K. (2015). *Flexible Work Schedules, Virtual Booking Online, and Hotel Productivity.* Journal of Walden Dissertations and Doctoral Studies.
- Christanto, F. (n.d.). *Analisis Penjualan Melalui Media Online Di PT Wahana Travel Indonesia.* Jurnal Program Manajemen Bisnis Universitas Petra.
- Danny, A. (2013). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Restoran Hotel City Of Tomorrow Surabaya.* Manajemen Bisnis.
- Dunette, D. (2016). *How To Increase Work Capability Based on Skill.* Jakarta: PT.Era Intermedia.
- Ermawijaya, M. (2016). *Analisis Dampak Penetapan Tarif Sewa Kamar Terhadap Pendapatan Pada Hotel Ranggonang Sekayu Kabupaten Banyuasin.* Akuntansi, 5.

- Fallon, E. (2015). *Hotel and Resort Development Worldwide*. Surabaya: PT. Inti Aksara.
- Gehee, S. (2016). *The Best Way to Gain More Hotel Revenue*. Jakarta: PT. Java Books.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gordon, M. (2016). *Skill and Workhard Scale to Indicate The Hotel Productivity*. Jakarta: Gramedia.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kartikahadi, dkk. (2012). *Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lau, Peter dan Nelson, L. (2014). *Akuntansi Keuangan (Intermediate Financial Reporting)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mattila, Anna S. And John W. O'Neill. (2013). *Relationship Between Hotel Room Pricing Occupancy and Guest Satisfaction: A Longitudinal Case of a Midscale Hotel. In the United States*, Journal of Hospitality and Tourism Research, No X, Vol XX.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (1996). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.67.
- Pleanggra. (2012). *Analisis Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Wisatawan dan Pendapatan perkapita Terhadap Pendapatan Retribusi Obyek Pariwisata 35 Kabupaten/Kota di Jawa Tengah*. Pariwisata, 1 No.1.
- Rai, I. G. B. (2014). *Pengantar Industri Periwisata*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Safilarani, A. (2017). *Implementasi Kebijakan Penetapan Tarif Kamar Pada Hotel Aryaduta Pekanbaru*. Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Sihite, Richard. (2010). *Tourism Industry Kepariwisataaan*. SIC : Surabaya
- Sugiyono. (2015). *Metodeologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Vallen, F. (2015). *Front Office Procedure on Luxury Hotel*. Surabaya: PT. Putra Pertama.
- Wild, F. (2013). *An Examination of Satisfaction of Hotel Management According to Extrinsic, Intrinsic, and General Motivational Factors*. International Journal of Business and Social Science. \
- World Travel and Tourism (WTTC) *19th Global Summit 2019* Seville, Spanyol, 1-4 April 2019 (2019). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Yee, C. . (2013). *The Effect Of Digital Booking By Organization Towards Productivity In Hotel Industry*. A Research Project of Bachelor Of Business Administration,.
- Zuzana Vaculčíková, Zuzana Tučková and Adriana Dorková, Universitas Tomas Bata di Zlín, Ceko Republic (2019). *Evaluation Of Yield Management As A Revenue-Increasing Tool: Case Study. Proceedings of the 2nd International Conference on Tourism Research (ICTR 2019)*.

LAMPIRAN 4

CURRICULUM VITAE



Nama Lengkap : FEREN RESKI FINASTY
Tempat / Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 23 Juni 1998
Agama : Buddha
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. D.I. Panjaitan Km7 Perum. Pondok
Gurindam Blok G7 No.8
No Hp : 081277520477
Email : Ferenfinasty23@gmail.com
Nama Orang tua : Yunalis & Gunarni
Riwayat Pendidikan Formal : SD Negeri 001 Tarempa
SMP Negeri 2 Tarempa
SMA Negeri 1 Tarempa
STIE Pembangunan Tanjungpinang