

**KARYA ILMIAH**

**PENGARUH PERUBAHAN TARIF KAMAR TERHADAP  
TINGKAT OCCUPANCY DAN PENDAPATAN KAMAR**

Oleh :

**MOHD. IDRIS DALIMUNTHER, SE, MSi**



**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
FAKULTAS EKONOMI  
MEDAN  
2011**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Dalam penulisan karya ilmiah, penulis memperoleh bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, dan untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak kepala perpustakaan Universitas Medan Area.
3. Pihak-pihak tertentu yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang disajikan dalam karya ilmiah ini belumlah sesuai dengan apa yang diharapkan, untuk itulah penulis dengan segala rendah hati menerima berbagai kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk lebih sempurnanya karya ilmiah ini.

Akhirnya penulis sangat mengharapkan bahwa karya ilmiah ini dapat bermanfaat untuk membantu mahasiswa dalam perkuliahan dan sekaligus dapat dipergunakan untuk melengkapi persyaratan akademis.

Medan, November 2011

**Mohd. Idris Dalimunthe, SE, MSi**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan/ Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Teori – teori.....	5
B. Kerangka Konseptual .....	17
<b>BAB III : PEMBAHASAN</b>	
Pengaruh Tarif Kamar Terhadap Tingkat Occupancy.....	18
<b>BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	32
B. Saran .....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>v</b>

## DAFTAR TABEL

No. Tabel		Halaman
2.1	Perhitungan Harga Jual Rerata Setiap Kamar .....	12
3.1	Rata-rata Perbandingan Tingkat Hunian .....	21
3.2	Daftar Standar Tarif Kamar .....	22
3.3	Perbandingan Tarif kamar dengan Tingkat Occupancy pada Liburan Sekolah dan hari – hari Besar .....	23
3.4	Perbandingan Tingkat Occupancy dengan Tarif Kamar Pada Liburan Sekolah dan Hari – hari Besar .....	24
3.5	Perbandingan Tarif Kamar, Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar Jika Tarif Dinaikkan 10% .....	26
3.6	Perbandingan Tarif Kamar, Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar Jika Tarif Diturunkan 10% .....	27
3.7	Perbandingan Tarif Kamar, Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar berdasarkan “What If Analysis” .....	31

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian yang sangat pesat pada saat ini menuntut dunia bisnis untuk berusaha mengikuti perkembangan-perkembangan yang terjadi. Perusahaan dengan berbagai jenis usaha saling bersaing untuk memenuhi pangsa pasar yang menuntut kualitas produk yang semakin baik, pendistribusian yang semakin cepat, dan produk-produk yang bervariasi. Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya berusaha untuk mencapai tujuannya yaitu : mencapai laba yang optimal, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, serta meningkatkan nilai prestise perusahaan.

Perusahaan dalam mencapai tujuan ditantang untuk memberikan terobosan-terobosan strategis. Perusahaan wajib mengantisipasi lingkungan pemasaran, baik yang bersifat peluang maupun ancaman. Perusahaan harus membuat suatu kebijakan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi perekonomian yang terus menerus berubah. Faktor-faktor intern maupun ekstern yang mungkin menimbulkan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung harus diperhitungkan secara matang, agar perusahaan tidak mengalami kegagalan dalam mencapai tujuannya. Aktivitas manusia dalam hal kunjungan dan wisata menyebabkan dibutuhkannya jasa perhotelan.



Jumlah tujuan (destinasi) pariwisata dan hotel diberbagai daerah semakin bertambah banyak. Situasi yang sama juga tampak di kota-kota besar. Hotel dan bisnis pelayanan jasa atau sejenisnya semakin tumbuh subur. Restoran, *guest house*, *night club*, *catering service*, *bar*, *pub*, dan *discothique* semakin bertambah. Persoalannya adalah bagaimana mengelola industri jasa diatas menjadi sebuah perdagangan jasa yang maju? Sebagai industri jasa, setiap pengusaha hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Dengan kata lain kekuatan usaha ini adalah bagaimana para pelaku usaha menawarkan jasa yang terbaik pada para tamunya. Tiap hotel, motel atau berbagai bentuk penginapan lainnya akan berusaha memberikan nilai tambah (*value-added*) yang berbeda terhadap produk dan jasa pelayanan yang diberikan kepada tamunya. Nilai tambah inilah yang membuat suatu hotel berbeda dari yang lainnya, yang akhirnya menyebabkan mengapa orang punya alasan tersendiri memilih hotel itu dibandingkan dengan hotel yang lainnya. Dalam bisnis perhotelan, ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu.

Semua yang ditawarkan itu merupakan produk hotel. Produk hotel tersebut dapat dibagi dalam beberapa bentuk, seperti : kamar hotel (*rooms*), pelayanan makan dan minum (*food and baverage*), restoran, *bar*, *pub*, *discothique* atau *night club*. Namun demikian, pada dasarnya produk dan jasa pelayanan hotel sudah mulai dinikmati si tamu pada saat melakukan *chek-in* dan registrasi. Selanjutnya, ketika tamu tinggal dan menginap di kamar hotel, makan dan minum di restoran, main tennis atau berenang dan menikmati hiburan di *night club* sampai *chek-out*

operasinya sendiri secara terpisah dan menerima hasil dari usaha itu. Oleh karena itu, masing-masing outlets itu menjadi sumber penghasilan bagi hotel dan sekaligus sebagai sumber keuntungan bagi hotel tersebut. Suatu hotel dan akomodasi lainnya yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan travellers akan memperoleh pendapatan bagi produk utamanya yaitu hasil penjualan kamar. Besarnya pendapatan rata-rata mencapai 45% dari total penjualan.

Oleh karenanya perhatian manajemen harus lebih banyak ditumpahkan pada penyediaan kamar, tanpa mengabaikan outlet yang lainnya. Rata-rata tingkat hunian kamar hotel berkisar antara 60 - 70% tiap tahunnya, tergantung pada kondisi ekonomi, dan keamanan dimana lokasi hotel tersebut berada.

Kalau kamar yang terjual hanya 60 -70% saja, maka yang 40 – 30% lainnya harus diusahakan agar terjual setiap harinya. Kalau tidak, akan timbul kerugian karena kamar yang kosong dan berisi biayanya akan sama saja.

Akan tetapi tidak semua perusahaan berhasil dalam bersaing dan menguasai pasar sesuai dengan target yang telah ditetapkan, apalagi dalam keadaan krisis moneter dan ekonomi seperti saat sekarang ini. Untuk itu dibutuhkan suatu kebijakan dan strategi penentuan tarif kamar dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam. Disinilah pentingnya tugas dan peranan seorang manager yaitu mengusahakan agar kamar-kamar yang pada waktu-waktu sepi (low-season) dapat terisi disamping harus mempertahankan tingkat hunian yang sudah mencapai 60 – 70% itu.

Dinamika dalam bisnis perhotelan menuntut agar suatu perusahaan mencermati realita bisnisnya, terutama dalam penentuan tarif kamar hotel yang diharapkan dapat bersaing dan menguasai pasar sehingga dampak kedepannya dapat meningkatkan tingkat hunian (occupancy) yang akan berpengaruh terhadap pendapatan. Dilatar belakangi kondisi tersebut, adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Perubahan Tarif Kamar Terhadap Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar”**.



### **B. Tujuan/ Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh perubahan terhadap tingkat occupancy dan pendapatan kamar ketika tarif kamar dinaikkan atau diturunkan.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam menyelesaikan masalah kebijakan penetapan tarif kamar guna meningkatkan occupancy dan pendapatan kamar
2. Bagi penulis, ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh perubahan tarif kamar terhadap tingkat occupancy dan pendapatan kamar
3. Sebagai bahan referensi bagi pembaca dan para penulis yang tertarik pada topik yang ditulis penulis.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Teori-teori

##### 1. Pengertian dan Ratio Tingkat Hunian (Occupancy)

###### a. Pengertian Tingkat Occupancy

Occupancy adalah tingkat hunian kamar dari suatu hotel yang mana data tersebut dapat digunakan sebagai alat pembandingan bagi hotel itu sendiri terhadap hotel lain dalam rangka "bisnis". Ratio tingkat hunian kamar mengukur keberhasilan operasional hotel dalam menjual produk utamanya, yaitu kamar tamu. Data statistik berikut untuk memperoleh dasar ratio tingkat hunian kamar :

1. Jumlah kamar yang dapat dijual
2. Nomor kamar yang terjual
3. Jumlah kamar yang dihuni tamu
4. Nomor tamu
5. Keuntungan kamar bersih

###### b. Ratio Tingkat Hunian (Occupancy)

Beberapa rumusan yang digunakan untuk menghitung ratio tingkat hunian kamar menurut Endar Sugiharto (1997 : 85), adalah sebagai berikut :

- a. Persentase tingkat penghunian kamar (*Occupancy Percentage*) atau biasa disebut Single Occupancy :

$$\text{Occupancy Percentage} = \frac{\text{Number of rooms sold}}{\text{Number of rooms available}} \times 100 \%$$

- b. Multiple Occupancy ratios atau biasa disebut dengan tingkat penghunian ganda :

$$\text{Multiple Occupancy Ratios} = \frac{\text{Number of rooms occupied By than one guest}}{\text{Number of rooms occupied}} \times 100\%$$

- c. Average guest per room sold atau rata-rata jumlah tamu kamar yang terjual:

$$\text{Averages Guest per Rooms} = \frac{\text{Number of guest}}{\text{Number of rooms sold}} \times 100\%$$

- d. Average daily rate atau harga kamar rata-rata harian :

$$\text{Averages Daily Rate} = \frac{\text{Rooms revenue}}{\text{Number of rooms sold}} \times 100\%$$

- e. Average rate per guest atau harga kamar rata-rata per tamu :

$$\text{Averages Rate per Guest} = \frac{\text{Room Revenue}}{\text{Number of Guest}} \times 100\%$$

Laporan statistik tersebut di atas sangat diperlukan untuk di analisis dan disimpulkan sehingga diperoleh suatu pola atau kecenderungan dalam penjualan kamar.

Untuk melaksanakan analisis tersebut harus dipertimbangkan seluruh ratio yang dipergunakan. Sebagai contoh, pada waktu menganalisis statistik pendapatan rata-rata (average income), juga harus diperhatikan ratio tingkat huni kamar double (% *double occupancy*), hal tersebut karena setiap kali kelipatan peningkatan tingkat huni kamar, rata-rata tarif kamar harian (*average daily rate*)

juga akan meningkat, hal tersebut dengan ketentuan bahwa tarif kamar yang diberlakukan adalah tarif normal (*normal / rack rate*).

## **2. Pengertian, Jenis dan Langkah Penentuan Tarif Kamar**

### **a. Pengertian Tarif Kamar**

Tarif Kamar (*Room Rate*) adalah harga kamar yang telah ditetapkan oleh manajemen hotel yang mana penentuan harga tersebut bergantung kepada fasilitas, perlengkapan, luas kamar, dan lokasi serta biasanya disewakan per malam.

Menurut Agus Sambodo (2005 : 144) “Tarif Kamar (*Room Rate*) adalah satuan harga sebuah kamar untuk satu malam”.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menganalisis pendapatan kamar (*room revenue*) yang didasarkan pada perbandingan pendapatan aktual (*actual revenue*) dengan pendapatan potensial (*potential revenue*). Perlu di ingat bahwa setiap hotel mempunyai beberapa katagori tarif kamar (*rate catagory*). Katagori setiap kamar pada umumnya didasarkan pada jenis kamar yang ada seperti : ukuran kamar, letak kamar, fasilitas kamar, dan perjanjian.

Katagori tarif kamar minimum (*minimum room rate*) biasanya adalah untuk kamar standar/ekonomi, sedangkan tarif kamar maksimum (*maximum room rate*) biasanya untuk jenis kamar suite. Setiap katagori kamar mempunyai tarif normal (*normal rate/regular rate/rack rate*), yang mana tarif normal ditentukan oleh manajemen hotel. Tarif normal biasanya dicantumkan atau dituliskan pada rack kamar (*room rack*) agar supaya semua petugas penerima tamu (*receptionist*)

mengetahui setiap tarif untuk masing-masing katagori kamar. Petugas penerima tamu akan selalu berusaha terlebih dahulu menjual dengan tarif normal, kecuali kepada tamu yang sudah mempunyai perjanjian dengan hotel untuk mendapatkan potongan tarif.

### **b. Jenis Tarif Kamar**

Operasional hotel memiliki berbagai Janis harga kamar. Harga kamar berbeda-beda tergantung pada jenis dan luas kamar, Sebagai contoh harga kamar standar /moderat berbeda dengan harga kamar deluxe/superior dan suite. Hal lain yang membedakan harga adalah lokasi kamar, arah pemandangannya dan fasilitas yang tersedia.

Harga kamar secara garis besar dibagi atas dua macam, yaitu harga pasti dan harga potongan. Harga pasti adalah harga kamar yang tidak dapat ditawar atau tidak mendapatkan potongan. Harga kamar ini sama persis dengan harga yang dikeluarkan oleh pihak manajemen dalam bentuk brosur. Istilah lain harga pasti dalam dunia perhotelan adalah standar rate/rack rate/normal rate/published rate.

Tarif spesial (*special rate*) biasanya diberikan kepada tamu rombongan (*group*) dan tamu-tamu tertentu dengan tujuan promosi atau untuk memelihara tingkat hunian kamar pada periode waktu-waktu tertentu rendah. Beberapa contoh tarif kamar spesial menurut Agus Sambodo (2005 : 415) adalah :

#### **a. Corporate Rate**

Harga standar yang dibebankan untuk personal eksekutif dari kalangan bisnis dan industri yang termasuk tamu biasa (*regular*).

#### **b. Commercial Rate**

Harga kamar yang disepakati oleh suatu Perusahaan dan pihak hotel untuk semua pemesanan kamar tamu individu. Jenis tarif sewa kamar ini sering dikenal sebagai Contrack Rate.



c. **Airline rate**

Harga kamar yang dinegosiasikan antara pihak penerbangan (*individual airline*) dan pihak hotel yang didasarkan atas volume bisnis yang dapat diberikan oleh pihak airline kepada pihak hotel.

d. **Children's Rate**

Harga untuk anak-anak. Biasanya tidak dikenakan harga sewa, atau akan dibebankan harga sewa nominal jika anak-anak tinggal dalam satu kamar dengan orang tuanya. Beberapa hotel memberikan batas usia untuk anak-anak sebagai dasar penentuan harga sewa.

e. **Flat or Group Rate**

Harga sewa kamar yang spesifik untuk tamu rombongan, yang telah disepakati antara pihak hotel dan pihak tamu rombongan.

f. **Series Rate : Back to Back**

Harga sewa kamar dengan sistem berseri dimana pihak biro perjalanan memesan kamar secara berseri, yaitu bila satu kamar telah check out dari group yang satu maka kamar tersebut akan digunakan kembali oleh group yang lain.

Jenis-jenis kamar hotel pada dasarnya bisa dibedakan atas :

a. **Single Room**

Kamar untuk satu orang yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran single untuk satu orang

b. **Twin Room**

Kamar untuk dua orang yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur masing-masing berukuran single.

c. **Double Room**

Kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran double (untuk dua orang)

d. **Double-double**

Kamar untuk empat orang yang dilengkapi dengan dua kamar tamu dan dengan tempat tidur berukuran double (untuk dua orang)

Adapun fasilitas standar yang terdapat pada masing-masing jenis kamar tersebut adalah sebagai berikut :

- Kamar mandi private (bath room)
- Tempat tidur (jumlah dan ukurannya sesuai dengan jenis)
- Ruang tidur

- Telepon
- Radio dan Televisi
- Meja rias/tulis (dressing table)
- Rak untuk menyimpan koper (luggage rack)
- Asbak, Korek api, Handuk, Alat tulis (stationeries)

Jenis-jenis kamar menurut fasilitas yang tersedia adalah berbeda dari satu hotel dengan hotel yang lain, hal tersebut karena harga kamar selalu dikaitkan dengan kelengkapan fasilitas kamar. Makin lengkap fasilitas kamarnya, makin mahal pula harganya.

Dari contoh jenis-jenis kamar menurut fasilitas yang tersedia tersebut, kamar standar adalah yang termurah harganya, Adapun contoh jenis kamar menurut fasilitas adalah :

- |                |                        |
|----------------|------------------------|
| ➤ Standar Room | ➤ Suite Room           |
| ➤ Superior     | ➤ Executive Suite Room |
| ➤ Moderate     | ➤ Penhouse             |

### **c. Penentuan Tarif Kamar**

Menetapkan tarif kamar normal (*rack rate*) dari setiap jenis kamar serta menentukan potongan tarif (*discount*) adalah merupakan kebijaksanaan manajemen hotel. Dalam menentukan tarif dan potongan tarif kamar harus dilakukan secara seksama dan hati-hati dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti biaya, inflasi, kompetisi, penyusutan, pajak, dsb. Faktor-faktor tersebut perlu diperhitungkan agar mendapatkan suatu tarif kamar yang menguntungkan.

Biaya-biaya tetap diestimasikan sebagai berikut :

- Asuransi	Rp 100 juta
- Pajak bumi dan bangunan	Rp 50 juta
- Depresiasi	Rp 500 juta
- Undistributed operating expenses :	
- Administrasi dan umum	Rp 600 juta
- Pemrosesan data	Rp 200 juta
- Transportasi	Rp 80 juta
- Pemasaran	Rp 500 juta
- Pemeliharaan	Rp 400 juta
- Personalia (SDM)	Rp 150 juta
- Energi (listrik)	Rp 500 juta
<b>Total biaya tetap</b>	<b>Rp 3.080 juta</b>

Estimasi penjualan makanan dan minuman dari restoran dan bar Rp 300 juta dan penjualan lain-lain sebesar Rp 100 juta. Sebagai informasi tambahan, diperlukan Rp 20.000 biaya supplies untuk setiap kamar terhuni.

**Tabel 2.1**  
**Perhitungan harga jual rata setiap kamar**

Keterangan	Kalkulasi	Jumlah[Rp]
Laba bersih 15% dari investasi	$15\% \times \text{Rp } 6.000 \text{ juta}$	900 Juta
Laba sebelum pajak	$[\text{900 juta}] / [1-25\%]$	1.200 Juta
Biaya bunga	$12\% \times \text{Rp } 14.000 \text{ juta}$	1.680 Juta
Pendapatan sebelum biaya bunga dan pajak		3.780 Juta
Estimasi biaya depresiasi, asuransi, dan PBB		650 Juta
Pendapatan sebelum beban tetap		4.430 Juta
Undistributed operating expenses		2.430 Juta
Proyeksi pendapatan hotel		6.860 Juta
Minus pendapatan restoran dan lain-lain		(400 Juta)
Pendapatan kamar		6.460 Juta
Plus biaya variabel per kamar : $70 \times 365$ $\times \text{Rp } 20.000$		511 Juta
<b>Total pendapatan kamar</b>		<b>6.971 Juta</b>
Harga kamar per malam *		272.850
* (6971 juta) dibagi ( $70 \times 365$ )		(dibulatkan)

*Sumber : Akuntansi manajemen untuk Hotel dan Restoran, 2007*

Hasil perhitungan dengan pendekatan formula Hubbart untuk rerata harga kamar per malam sebesar Rp 272.850. Harga ini merupakan harga yang ditargetkan karena dalam realitasnya ada beberapa factor yang harus dipertimbangkan.

#### **4. Penentuan Harga Kamar untuk Hunian Tunggal dan Ganda**

Berdasarkan atas hasil perhitungan diatas, rerata harga kamar ditargetkan sebesar Rp 272.850. Tindakan selanjutnya adalah menentukan harga kamar untuk hunian tunggal dan ganda yang merupakan produk kamar yang ditawarkan.



Rerata tingkat hunian kamar tunggal per malam  $60\% \times 70 \text{ kamar} = 42$  kamar, sedangkan rerata tingkat hunian ganda per malam  $70 - 42 = 28$  kamar. Diasumsikan pula bahwa harga kamar hunian ganda 25% lebih tinggi dari pada hunian tunggal. Berdasarkan atas informasi diatas, harga kamar hunian tunggal dapat ditentukan dengan formula berikut :

$$(42x + (28x)(1,25) = (272.850)(70)$$

$$42x + 35x = 19.099.500$$

$$X = \frac{19.099.500}{77} = 248.045$$

Jadi harga kamar untuk hunian tunggal Rp 248.045,-

Harga kamar untuk hunian ganda :  $(248.045)(1.25) = \text{Rp } 310.055,-$

Hasil kalkulasi rerata harga kamar dengan pendekatan bottom-up yang lazim disebut dengan pendekatan formula Hubbart merupakan target harga kamar. Dikatakan sebagai target harga kamar karena dalam kenyataannya beberapa faktor penting harus dipertimbangkan untuk harga kamar aktual, diantaranya :

### **1. Tingkat persaingan**

Bila persaingan relatif ketat, hotel yang baru mulai beroperasi secara komersial perlu melakukan penyesuaian atas harga kamarnya, Misalnya, ketika baru mulai beroperasi hotel pesaing yang sejenis menawarkan harga kamar hunian tunggal Rp. 150.000,-per malam. Dalam kondisi ini akan lebih arif bila manajemen mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pesaing tersebut. Hotel dapat menawarkan harga kamar hunian tunggal sama dengan pesaing, bahkan kalau bisa lebih rendah dari pada harga pesaing.

## 2. Kondisi Ekonomi Makro

Bila pada saat hotel dibuka kondisi ekonomi makro sedang mengalami kemunduran maka target rerata harga kamar harus disesuaikan. Bila ekonomi mengalami kemunduran, berarti daya beli masyarakat yang menjadi dasar sasaran hotel akan menurun. Agar dapat bertahan pada kondisi ini maka harga yang ditawarkan harus disesuaikan dengan daya beli calon pelanggan hotel.

## 3. Struktur Harga

Target harga harus disesuaikan dengan struktur harga yang ditetapkan oleh manajemen hotel. Hotel memiliki struktur harga yang berbeda-beda untuk setiap segmen pelanggan. Harga penawaran untuk keluarga (*family rates*) tentu berbeda dengan harga yang ditawarkan kepada biro perjalanan.

## 4. Pendekatan Rules of Thumb

Pendekatan rules of thumb merupakan pendekatan yang menerapkan rasio dana investasi dengan harga kamar. Rasio yang diterapkan yang merupakan rules of thumb adalah setiap Rp.1.000 dana investasi pada hotel dibebankan Rp. 1 harga kamar. Misalnya diperlukan dana investasi Rp.200 juta untuk satu kamar, maka dengan rules of thumb itu harga kamar yang ditawarkan adalah sebesar Rp.200 ribu. Pendekatan rules of thumb mengabaikan variabel-variabel penting seperti persaingan, kondisi ekonomi, dan return on Investment yang diinginkan oleh pemilik.

## 5. Analisis Keuntungan Kamar

Dalam menjual kamar, karyawan kantor depan memberikan harga pasti, tanpa diskon. Adapun dua cara yang dapat ditempuh untuk mengecek keefektifan karyawan dalam menjual kamar, pertama dengan cara menganalisa melalui yield-keuntungan kamar nyata sebagai persentase dari keuntungan kamar potensial (semua kamar terjual tanpa diskon/harga rak), kedua dengan membandingkan harga rata-rata kamar yang nyata dengan harga rata-rata kamar yang ideal

Rumus untuk menghitung persentase keuntungan kamar potensial adalah :

$$\text{Percentage of potential rooms revenue} = \frac{\text{Aktual Rooms Revenue}}{\text{Potensial Rooms Revenue}} \times 100\%$$

Cara menghitung harga rata-rata kamar yang ideal dapat dilihat pada tabel berikut :

Jenis Kamar	Jumlah	Harga Kamar	
		Sendiri	Double
Double bed	150	US \$ 72	US \$ 88
Double-double	150	US \$ 92	US \$ 112
Suite	17	120	144
Persentase tingkat penghunian tunggal		: 76% (240 kamar terisi)	
Tingkat penghunian ganda		: 86 kamar terisi	

Penyelesaian :

**Tahap I :**

$$\begin{array}{rcl}
 150 @ 72 & = & 10.800 \\
 90 @ 92 & = & 8.820 \\
 \hline
 & & 19.080 \\
 86 @ 16 & = & 1.376 \\
 \hline
 & & 20.456
 \end{array}$$

Harga kamar rata-rata harian :

$$(20.456)(240) = \text{US } \$ 85.24$$

**Tahap II :**

17 @ 120	=	2.040	
150 @ 92	=	13.800	
73 @ 72	=	5.256	
		<hr/>	21.096
17 @ 24	=	408	
69 @ 20	=	1.380	
		<hr/>	1.788
			<hr/>
			22.884

Harga rata-rata kamar harian

$$(22.884)(240) = \text{US } \$ 95.36$$

**Tahap III :**

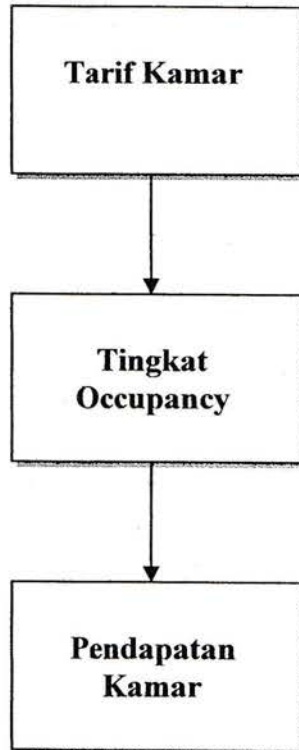
Harga rata-rata kamar Ideal :

$$\text{Harga kamar rata-rata ideal} = \frac{85.24 + 95.36}{2} = \text{US } \$ 90.30$$



**B. Kerangka konseptual**

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Konseptual**



## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **1. Kegiatan Usaha**

Setiap kegiatan usaha bidang perhotelan selalu berorientasi pada keinginan dan kebutuhan konsumen / wisatawan bagaimana cara memberikan kepuasan yang paling maksimal kepada mereka untuk mendapatkan laba optimal. Pihak pengusaha hotel berusaha membuat produk yang lebih sempurna dan berusaha membenahi produk yang ada serta menambah produk baru sesuai dengan permintaan wisatawan. Produk dari hotel adalah berupa lokasi, akomodasi, pelayanan dan fasilitas perlengkapan hotel.

Penyewaan kamar merupakan kegiatan usaha utama. Jenis usaha ini juga melengkapinya dengan fasilitas pendukung lainnya karena kalau mengandalkan penyewaan kamar saja sudah tentu tidak akan dapat menjaring pelanggan.

Adapun jasa penyewaan kamar yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

1. Standar Room, twin bed, tarif sewa Rp. 150.000,-
2. Superior Room, double bed, tarif sewa Rp. 200.000,-
3. Deluxe Room, double bed, tarif sewa Rp. 225.000,-
4. Malaya Suite Room, double dan single bed, tarif sewa Rp. 300.000,-.
5. Extra Bed, yaitu bila tamu ingin menambah tempat tidur dikenakan tarif tambahan Rp. 50.000,- tiap unit.

Tarif berlaku untuk 1 malam. Seluruh kamar yang ditawarkan dilengkapi dengan fasilitas :

- a. Private bathroom dengan shower
- b. Air conditioning
- c. TV
- d. International direct dial telephone system
- e. Mini bar
- f. Wifi

Ketentuan-ketentuan khusus yang harus diikuti dalam penyewaan kamar yaitu:

- a. Harga sudah termasuk 10% pajak dan service charge.
- b. Pemesanan kamar harus melalui Reservation.
- c. Waktu check-in mulai pukul 12.00 tengah hari dan check-out 13.00 siang
- d. Pemesanan kamar diadakan hingga 06.00 sore, kecuali telah ada perjanjian sebelumnya
- e. Tidak ada biaya tambahan untuk anak-anak berumur 12 tahun yang satu kamar dengan orang tuanya.
- f. Tarif diatas merupakan harga umum dan pembayaran secara tunai
- g. Pemesanan harus terlebih dahulu memberikan *down payment*.

Sedangkan fasilitas-fasilitas pendukung yang ada sebagai berikut :

- a. Restaurant
- b. Banquet Service yakni penyewaan ruangan hall yang disewakan untuk acara pesta (*party*), pertemuan (*meeting*), seminar, wisuda, festival dan lainnya. Usaha ini juga menyediakan dan menjual makanan dan minuman sesuai dengan permintaan yang menyewa ruangan tersebut dan juga menyediakan Hall, yaitu sebagai berikut:
  1. Malaya Meeting Room dengan kapasitas :
    - 1) 150 seats, dalam bentuk theater
    - 2) 70 seat, dalam bentuk school shape
    - 3) 30 seat, dalam bentuk U shape
- c. Taxi Service / Pelayanan jasa Taksi, disediakan bagi tamu umum maupun untuk tamu yang menginap dihotel yang ingin menggunakan jasa taksi tersebut.
- d. Laundry, jasa mencuci pakaian tamu juga untuk hotel sendiri seperti napkin, table cloth, sheet, towel, pillow case, blanket juga bed cover.
- e. Room service, pelayanan 24 jam
- f. Safety Deposit Boxes, yaitu jasa pelayanan hotel dalam bentuk wadah/tempat yang dirancang khusus untuk menyimpan barang-barang berharga milik tamu.



## 2. Perkembangan Tingkat Hunian

Tingkat hunian merupakan hasil perbandingan antara jumlah pemakaian kamar dengan jumlah kamar yang tersedia. Tingkat hunian ini merupakan tolak ukur keberhasilan dalam menjual produk utamanya yaitu kamar. Tingkat Hunian yang terjadi pada usaha ini dari tahun ketahun disajikan dalam tabel berikut ini selama kurun waktu 2008 – 2010.

**Tabel 3.1**  
**Rata-rata perkembangan Tingkat Hunian**  
**Tahun 2008 – 2010**

No	Tahun	Tingkat Occupancy
1	2008	85,18 %
2	2009	82,26 %
3	2010	81,21 %

Tabel 4.1 memperlihatkan terjadinya penurunan pada tingkat hunian. Ini mungkin disebabkan situasi politik dan keamanan yang tidak kondusif membuat banyak wisatawan asing maupun domestik merasa tidak aman dan nyaman untuk berpergian.

## 3. Daftar Tarif Kamar (*Room Rate*)

Daftar tarif kamar (*Room Rate*) dari tahun 2008 – 2010 menunjukkan adanya perubahan ( kenaikan / penurunan ) harga pada musim – musim tertentu, dan ini dilakukan untuk mempertahankan jumlah tamu yang berkunjung. Pada

tahun 2010 terdapat penambahan jumlah kamar, yaitu 1 kamar suite, hal ini dilakukan karena adanya permintaan dari para tamu yang sering berkunjung akan ketersediaan suatu kamar untuk keluarga walaupun jumlahnya masih tergolong sedikit. Berikut daftar tarif standar kamar tahun 2008 – 2010.

**Tabel 3.2**  
**Daftar Standar Tarif Kamar (*Standar Room Rate*)**  
**Tahun 2008 -2010**

Tahun	Jenis Kamar	Room Rate	Keterangan	Jumlah Kamar
2008	Standar Room	Rp. 150.000,-	Twin bed	22
	Superior Room	Rp. 200.000,-	Double bed	2
	Deluxe Room	Rp. 225.000,-	Double bed	6
2009	Standar Room	Rp. 150.000,-	Twin bed	22
	Superior Room	Rp. 220.000,-	Double bed	2
	Deluxe Room	Rp. 225.000,-	Double bed	6
2010	Standar Room	Rp. 150.000,-	Twin bed	22
	Superior Room	Rp. 200.000,-	Double bed	2
	Deluxe Room	Rp. 225.000,-	Double bed	6
	Suite Room	Rp. 300.000,-	Double dan Twin bed	1

**Tabel 3.3**  
**Perbandingan Tarif Kamar dan Tingkat Occupancy**  
**Liburan Sekolah dan Hari – hari Besar**  
**Tahun 2008 -2010**

Tahun	Musiman	Tarif Kamar	Kenaikan tarif	Occupancy
2008	Liburan Sekolah	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500	10% 10% 10%	74,23%
	Hari Besar * Hari Raya Idul Fitri	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500	10% 10% 10%	75,33%
	* Tahun Baru	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500	10% 10% 10%	78,18%
2009	Liburan Sekolah	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500	10% 10% 10%	73,41%
	Hari Besar * Hari Raya Idul Fitri	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500	10% 10% 10%	74,46%
	* Tahun Baru	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500	10% 10% 10%	76,33%
2010	Liburan Sekolah	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500 Sts Rp 330.000	10% 10% 10% 10%	72,23%
	Hari Besar * Hari Raya Idul Fitri	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500 Sts Rp 330.000	10% 10% 10% 10%	74,00%
	* Tahun Baru	Std Rp 165.000 Spr Rp 220.000 Dlx Rp 247.500 Sts Rp 330.000	10% 10% 10% 10%	75,28%



**Tabel 3.4**  
**Perbandingan Tingkat Occupancy dan Tarif Kamar**  
**Liburan Sekolah dan Hari – hari Besar**  
**Tahun 2008 -2010**

Tahun	Musiman	Occupancy	Tarif kamar	Penurunan Tarif
2008	Liburan Sekolah	86,33%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.500	10% 10% 10%
	Hari Besar * Hari Raya Idul Fitri	88,16%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000	10% 10% 10%
	* Tahun Baru	89,34%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000	10% 10% 10%
2009	Liburan Sekolah	85,26%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000	10% 10% 10%
	Hari Besar * Hari Raya Idul Fitri	86,33%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000	10% 10% 10%
	* Tahun Baru	88,18%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000	10% 10% 10%
2010	Liburan Sekolah	83,16%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000 Sts Rp 270.000	10% 10% 10% 10%
	Hari Besar * Hari Raya Idu Fitri	84,10%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000 Sts Rp 270.000	10% 10% 10% 10%
	* Tahun Baru	85,33%	Std Rp 135.000 Spr Rp 180.000 Dlx Rp 202.000 Sts Rp 270.000	10% 10% 10% 10%



Berdasarkan tabel 3.3 menaikkan tarif kamar pada musim liburan sekolah, Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru, dimana alasan perusahaan menaikkan tarif kamar selama sepekan (7 hari) pertama pada musim Liburan sekolah, Hari raya Idul Fitri dan Tahun Baru yaitu adanya harapan akan ramainya pengunjung yang datang untuk menginap dan menikmati fasilitas hotel tersebut pada waktu liburan, dimana kebijakan untuk menaikkan tarif kamar ini dijalankan ketika banyaknya bookingan (reservasi) yang diterima ketika menjelang liburan tersebut.

Berdasarkan tabe 3.4 juga akan menurunkan tarif kamar hotel sepekan masa akhir liburan akan usai dimana kebijakan ini dipakai oleh pihak hotel untuk mempertahankan tingkat occupancy karena pada umumnya sepekan akhir masa liburan tingkat kunjungan wisatawan semakin berkurang.

#### **4. Pengaruh Tarif Kamar Terhadap Tingkat Occupancy**

Penentuan tarif kamar merupakan tolak ukur dari suatu hotel untuk meningkatkan occupancy disamping pelayanan yang harus diberikan kepada tamu. Karena kontribusi pendapatan hotel itu sendiri yang paling utama adalah penjualan kamar disamping outlet-outlet yang lain. Harga jual yang kompetitif merupakan faktor yang strategis karena jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi maka hotel akan mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Disisi lain, bila harga ditentukan terlalu rendah maka hotel akan mengalami kesulitan dalam menutupi biaya operasionalnya dan sekaligus tidak dapat memberikan imbal hasil (return) yang diharapkan oleh investor.

Faktor lain yang harus dikaji oleh manajer hotel dalam menentukan harga jual produk adalah tingkat persaingan bisnis yang terjadi. Semakin ketat tingkat persaingan yang terjadi, harus semakin kompetitif harga yang ditawarkan, yang ada gilirannya akan mendorong terjadinya proses penentuan harga yang semakin dinamis. Untuk mengetahui pengaruh perubahan antara tarif kamar terhadap tingkat occupancy, berikut perbandingan antara tarif kamar, tingkat occupancy dan pendapatan kamar selama 7 hari, jika tarif kamar dinaikkan sebesar 10% dari harga standar dan juga diturunkan sebesar 10% dari harga standar pada hari-hari biasa (regular), liburan sekolah, hari Raya Idul Fitri dan Tahun baru.

**Tabel 3.5**  
**Perbandingan Tarif Kamar, Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar**  
**Pada Liburan Sekolah, Idul Fitri dan Tahun Baru Jika Tarif Kamar**  
**Dinaikkan 10% dari Standar Tarif**

Regular (7 Hari)				Liburan Sekolah (7 Hari)				Idul Fitri (7 Hari)			
Jlh	Tarif	Occ	Pndapatan	jlh	Tarif	Occ	Pendapatan	Jlh	Tarif	Occ	Pendapatan
122	150.000		18.300.000	115	165.000		18.975.000	121	165.000		19.965.000
11	200.000	80,10%	2.200.000	7	220.000	74,23%	15.540.000	11	220.000	75,3	2.420.000
35	225.000		7.875.000	32	247.500		7.920.000	29	247.500	3%	7.177.000
168			<b>28.375.000</b>	154			<b>28.435.000</b>	161			<b>29.562.500</b>
120	150.000		18.000.000	113	165.000		18.645.000	125	165.000		20.625.000
12	200.000	79,26%	2.400.000	9	220.000	73,41%	1.980.000	12	220.000	74,4	2.640.000
34	225.000		7.650.000	30	247.500		7.425.000	22	247.500	6%	5.445.000
166			<b>28.050.000</b>	152			<b>28.050.000</b>	159			<b>28.710.000</b>
120	150.000		18.000.000	116	165.000		19.140.000	123	165.000		20.295.000
10	200.000	77,21%	2.000.000	10	220.000	72,23%	2.200.000	14	220.000	74,0	3.080.000
29	225.000		6.525.000	24	247.500		5.940.000	19	247.500	0%	4.702.500
4	300.000		1.200.000	2	330.000		660.000	2	330.000		660.000
163			<b>27.725.000</b>	152			<b>27.940.000</b>	158			<b>28.737.500</b>

**Tabel 3.6**  
**Perbandingan Tarif Kamar, Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar**  
**Pada Liburan Sekolah, Idul Fitri dan Tahun Baru**  
**Jika Tarif Kamar Diturunkan 10% dari Standar Tarif**

Tahun	Jenis Kamar	Reguler (7 Hari)				Liburan Sekolah (7 Hari)				Idul Fitri (7 Hari)	
		Jlh	Tarif	Occ	Pndapatan	jlh	Tarif	Occ	Pendapatan	Jlh	Tarif
2008	Standar	122	150.000	80,10%	18.300.000	139	135.000	86,33%	18.765.000	142	135.000
	Superior	11	200.000		2.200.000	11	180.000		1.980.000	11	180.000
	Deluxe	35	225.000		7.875.000	31	202.000		6.262.000	31	202.000
	<b>Total</b>	<b>168</b>			<b>28.375.000</b>	<b>181</b>			<b>27.007.000</b>	<b>184</b>	
2009	Standar	120	150.000	79,26%	18.000.000	138	135.000	85,26%	18.630.000	135	135.000
	Superior	12	200.000		2.400.000	11	180.000		1.980.000	12	180.000
	Deluxe	34	225.000		7.650.000	30	202.000		6.060.000	35	202.000
	<b>Total</b>	<b>166</b>			<b>28.050.000</b>	<b>179</b>			<b>26.670.000</b>	<b>182</b>	
2010	Standar	120	150.000	77,21%	18.000.000	134	135.000	83,16%	18.090.000	128	135.000
	Superior	10	200.000		2.000.000	7	180.000		1.260.000	9	180.000
	Deluxe	29	225.000		6.525.000	32	202.000		6.464.000	35	202.000
	Suite	4	300.000		1.200.000	2	270.000		540.000	3	270.000
	<b>Total</b>	<b>163</b>			<b>27.725.000</b>	<b>175</b>			<b>26.354.000</b>	<b>175</b>	

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dianalisis bahwa tingkat occupancy dari tahun 2008 – 2010 terus mengalami penurunan baik dari tingkat occupancy maupun dari segi pendapatan, ini mungkin disebabkan situasi politik dan keamanan yang tidak kondusif membuat wisatawan asing maupun domestik merasa tidak aman dan nyaman untuk berpergian.

**a. Analisis Perubahan Tarif Kamar Terhadap Tingkat Occupancy Dan Pendapatan Kamar Jika Tarif Kamar Dinaikkan 10%**

Jika dianalisis dari segi pendapatan setelah tarif kamar dinaikkan sebesar

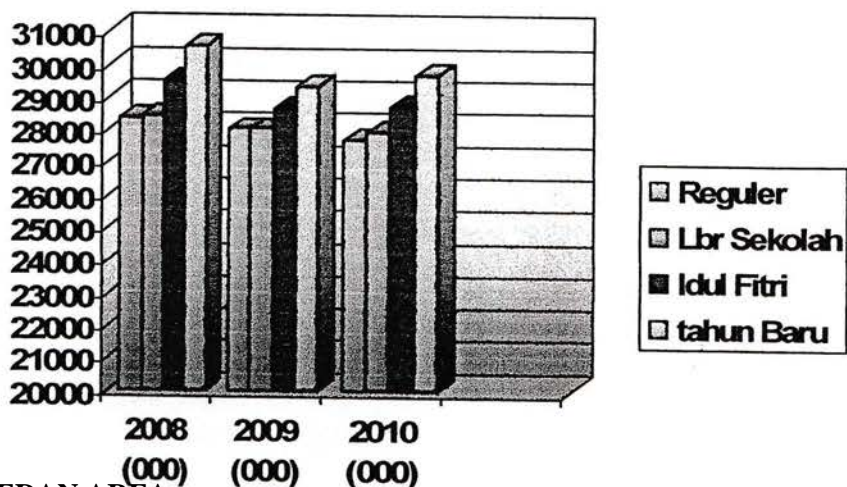
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
 Jika dianalisis dari segi pendapatan setelah tarif kamar dinaikkan sebesar



musim Liburan Sekolah, Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru tingkat occupancy hotel menurun, tetapi dari segi pendapatan kamar, hotel mengalami peningkatan pendapatan dari pendapatan ketika harga standar diterapkan baik pada musim Liburan Sekolah, Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru, hal ini disebabkan karena masing-masing jenis kamar memberikan kontribusi keuntungan yang berbeda-beda. Berikut penyajiannya dalam diagram batang jika tarif kamar dinaikkan sebesar 10% yang berpengaruh terhadap tingkat occupancy dan pendapatan kamar selama 2008-2010.

Event	Pendapatan Kamar		
	2008	2009	2010
Reguler	Rp 28.375.000,-	Rp 28.050.000,-	Rp 27.725.000,-
Lbr. Sekolah	Rp 28.435.000,-	Rp 28.050.000,-	Rp 27.940.000,-
Idul Fitri	Rp 29.562.500,-	Rp 28.710.000,-	Rp 28.737.500,-
Tahun Baru	Rp 30.607.500,-	Rp 29.342.500,-	Rp 29.727.500,-
$\Sigma$	Rp 116.980.000,-	Rp 114.152.500,-	Rp 114.130.000,-

**Gambar 3.1**  
**Diagram Batang Perbandingan Pendapatan Kamar**  
**Jika Tarif Dinaikkan 10% Pada**  
**Tahun 2008 – 2010**



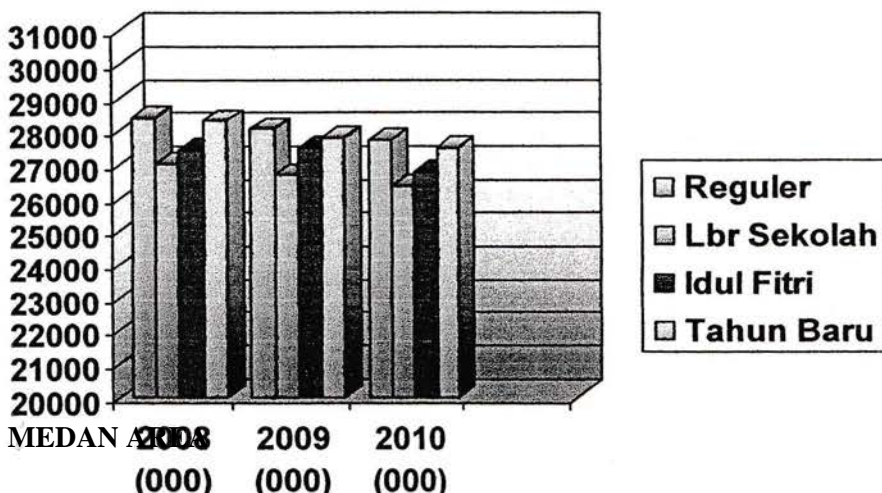


**b. Analisis Perubahan Tarif Kamar Terhadap Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar Jika Tarif Kamar Diturunkan 10%**

Jika tarif kamar diturunkan sebesar 10% dari harga standar kamar maka yang terjadi selama sepekan akhir masa Liburan Sekolah, Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru (7 hari) tingkat occupancy hotel menjadi meningkat tetapi dari segi pendapatan kamar, hotel mengalami penurunan pendapatan baik pada musim Liburan Sekolah, Hari Raya Idul Fitri maupun Tahun Baru dari penetapan harga standar (Reguler). Berikut Penyajian dalam Diagram batang jika tarif kamar diturunkan terhadap pendapatan kamar selama tahun 2008-2010.

Event	Pendapatan Kamar		
	2008	2009	2010
Reguler	Rp 28.375.000,-	Rp 28.050.000,-	Rp 27.725.000,-
Lbr. Sekolah	Rp 27.007.000,-	Rp 26.670.000,-	Rp 26.354.000,-
Idul Fitri	Rp 27.412.000,-	Rp 27.455.000,-	Rp 26.780.000,-
Tahun Baru	Rp 28.287.000,-	Rp 27.793.000,-	Rp 27.499.000,-
$\Sigma$	Rp 111.081.000,-	Rp 109.968.000,-	Rp 108.358.000,-

**Gambar 3.2**  
**Diagram Batang Perbandingan Pendapatan Kamar**  
**Jika Tarif Diturunkan 10% pada**  
**Tahun 2008-2010**



**Analisis Perubahan Tarif Kamar dan Tingkat Occupancy Terhadap Pendapatan Kamar Berdasarkan "What If Analysis".**

**Tabel 3.7**  
**Perbandingan Tarif kamar, Tingkat Occupancy dan Pendapatan Kamar**  
**Pada Liburan Sekolah, Idul Fitri dan Tahun Baru Jika Tarif kamar**  
**Diturunkan 5% dari Standar Tarif**

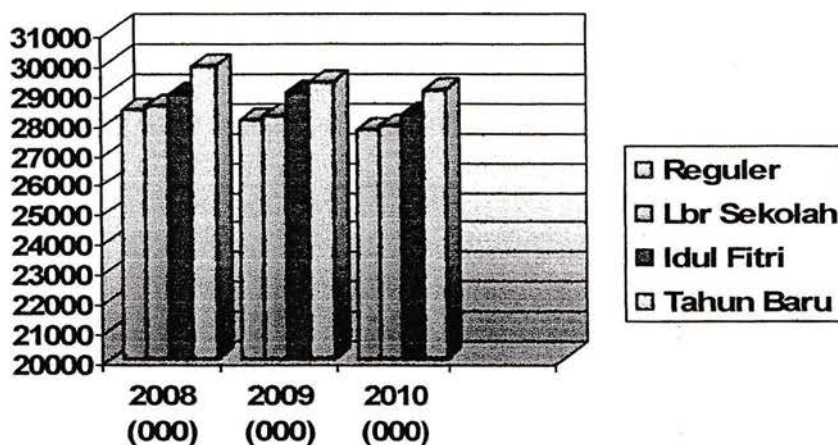
Reguler (7 Hari)				Liburan Sekolah (7 Hari)				Idul Fitri (7 Hari)			
Jlh	Tarif	Oc c	Pndapatan	jlh	Tarif	Occ	Pendapatan	Jlh	Tarif	Occ	Pendapatan
122	150.000		18.300.000	139	142.500		19.807.500	142	142.500		20.235.000
11	200.000	80,	2.200.000	11	190.000	86,	2.090.000	11	190.000	88,	2.090.000
35	225.000	10 %	7.875.000	31	213.750	33 %	6.626.250	31	213.750	16 %	6.626.250
168			<b>28.375.000</b>	181			<b>28.523.750</b>	184			<b>28.951.250</b>
120	150.000		18.000.000	138	142.500		19.665.000	135	142.500		19.237.500
12	200.000	79,	2.400.000	11	190.000	85,	2.090.000	12	190.000	86,	2.280.000
34	225.000	26 %	7.650.000	30	213.750	26 %	6.412.500	35	213.750	33 %	7.481.250
166			<b>28.050.000</b>	179			<b>28.167.500</b>	182			<b>28.998.750</b>
120	150.000		18.000.000	134	142.500		19.095.000	128	142.500		18.240.000
10	200.000	77,	2.000.000	7	190.000	83,	1.330.000	9	190.000	84,	1.710.000
29	225.000	21	6.525.000	32	213.750	16	6.840.000	35	213.750	10	7.481.250
4	300.000	%	1.200.000	2	285.000	%	570.000	3	285.000	%	855.000
163			<b>27.725.000</b>	171			<b>27.835.000</b>	175			<b>28.286.250</b>

## 1. Analisis Perubahan Tarif Kamar Berdasarkan “What If Analysis” Jika Tarif Kamar Diturunkan 5%

Berdasarkan “What If Analysis” (tabel 3.7) dimana jika tarif kamar diturunkan sebesar 5% dari harga standar selama akhir masa liburan sekolah, Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru maka pendapatan kamar mengalami peningkatan dari pendapatan ketika harga standar diterapkan. Berikut penyajiannya dalam diagram batang jika tarif kamar diturunkan sebesar 5% yang berpengaruh terhadap tingkat occupancy dan pendapatan kamar selama 2008-2009 berdasarkan “What If Analysis”.

Event	Pendapatan Kamar		
	2008	2009	2010
Reguler	Rp 28.375.000,-	Rp 28.050.000,-	Rp 27.725.000,-
Lbr. Sekolah	Rp 28.523.750,-	Rp 28.167.500,-	Rp 27.835.000,-
Idul Fitri	Rp 28.951.250,-	Rp 28.998.750,-	Rp 28.286.250,-
Tahun Baru	Rp 29.877.500,-	Rp 29.355.000,-	Rp 29.046.250,-
$\Sigma$	Rp 115.727.500,-	Rp 114.571.250,-	Rp 112.892.500

**Gambar 3.3**  
**Diagram Batang Perbandingan Pendapatan Kamar**  
**Jika Tarif Diturunkan 5% pada**  
**Tahun 2008-2010**





## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan yang mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis yang dilakukan membuktikan bahwa perubahan tarif kamar memberikan pengaruh terhadap tingkat occupancy dan pendapatan kamar, hal ini dapat dilihat dari perubahan tingkat occupancy dan pendapatan kamar pada event-event tertentu ketika tarif kamar dinaikkan maupun diturunkan.
2. Berdasarkan hasil analisis ketika tarif kamar dinaikkan sebesar 10% dari standar tarif pada musim liburan sekolah, hari raya Idul Fitri dan tahun baru, tingkat occupancy hotel menurun, tetapi dari segi pendapatan kamar hotel mengalami peningkatan baik pada musim liburan sekolah, hari raya Idul Fitri maupun tahun baru.
3. Berdasarkan hasil analisis ketika tarif kamar diturunkan sebesar 10% dari standar tarif pada musim liburan sekolah, hari raya Idul Fitri dan tahun baru, tingkat occupancy hotel meningkat, tetapi dari segi pendapatan kamar hotel mengalami penurunan pendapatan baik pada musim liburan sekolah, hari raya Idul Fitri maupun Tahun Baru



## B. Saran

Adapun saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, dalam hal ini untuk meningkatkan tingkat occupancy adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan diharapkan terus berusaha untuk meningkatkan mutu pelayanan dan fasilitas-fasilitas yang mungkin diinginkan oleh pelanggan/konsumen, sehingga tercapai kepuasan yang maksimum dari konsumen yang akan membuat konsumen tetap menggunakan jasa dan fasilitas dari usaha tersebut.
2. Usaha ini sebaiknya tetap membina hubungan yang erat dengan pelanggan sehingga terjadi hubungan yang berkesinambungan antara pihak hotel dengan para pelanggan. Terutama pada saat ini hotel harus turut membantu pemerintah untuk menambah jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia khususnya Sumatera Utara dengan cara memberikan image yang positif / baik mengenai Indonesia
3. Usaha ini sebaiknya tidak menurunkan tarif kamar pada musim liburan sekolah, hari raya Idul Fitri maupun Tahun Baru, tetapi ada baiknya memberikan discount kepada tamu langganan yang sering berkunjung ke hotel sehingga dapat menjaga hubungan baik antara pihak hotel dengan pelanggan serta mengurangi penurunan pendapatan kamar secara keseluruhan.

4. Jika pun tarif harus diturunkan maka penurunan sebaiknya tidak melebihi

## DAFTAR PUSTAKA

- Darsono, Agustinus. Kantor Depan Hotel (Front Office). PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta :2002.
- Nazir, Moh, **Metode Penelitian Cetakan Kelima**, Ghalia Indonesia, Jakarta : 2003.
- Lupioadi, Rambat, **Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik**, Salemba Empat, Jakarta : 2001
- Sambodo, Agus dan Bagyono, **Dasar – Dasar Kantor Depan Hotel**, Surakarta : 2005.
- Sugiharto, Endar. Operasional Kantor Depan Hotel (Hotel Front Office Operasional), PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta : 1997
- Sugiharto, Endar. **Manajemen Kantor Depan Hotel ( Hotel Front Office Management)**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta : 1997
- Sulastiyono, Agus. Drs. M.Si, **Manajemen Penyelenggara Hotel Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Ekonomi**, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung :2008.
- Tjiptono, Fandy. **Manajemen Jasa**, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta : 2002.
- Wiyasha, IBM, **Akuntansi Manajemen Untuk Hotel dan Restoran**, Andi Offset, Yogyakarta : 2007.
- Retnawati, dkk, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, Medan : 2008.
- [http ://Www.Google.com/](http://Www.Google.com/) “ **Occupancy Hotel**” (online), diakses 13 November 2010
- [http ://Www.Google.Com/](http://Www.Google.Com/)“**Tarif Kamar Hotel**” (online), diakses 13 November 2010