

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang.

Berdasarkan pantauan dari Direktur Lembaga Pengembangan Informasi Pariwisata (LEPITA) didalam sebuah surat khabar (*Warta Kota*, 5 April 2001) dalam tajuknya “ *Diperkirakan pendapatan hotel Tahun ini negatif* “ ; yang isinya antara lain menjelaskan bahwa :

Penghasilan netto perhotelan tahun 2001 menunjukkan angka negatif atau rugi, dimana pendapatan (*revenue*) yang rendah dikurangi biaya operasional yang cukup tinggi masih menghasilkan angka positif atau keuntungan kotor yang biasa disebut *Gross Operating Profit (GOP)*, namun setelah dikurangi biaya keuangan (*Financial expense*) dan depresiasi serta pengeluaran lain, maka laba bersih (*Net profit*) menjadi negatif.

Disamping itu dijelaskan pula pada tahun 2001 ini rata-rata tingkat hunian kamar hotel di Indonesia hanya 45 %, harga jual kamar hanya sekitar 40 % dari harga normal, tetapi perongkosan naik sehingga *GOP* dihadapkan pada kewajiban membayar biaya keuangan dan penyusutan sehingga kemungkinan net profit masih negatif.

Melihat hal-hal tersebut diatas usaha perhotelan disini sedang menghadapi ujian berat dalam upaya meningkatkan pendapatan, dimana daya beli wisata nusantara rendah dan kehadiran wisatawan manca negara yang tersendat.

Untuk mengatasi hal diatas tersebut , maka berbagai upaya ditempuh oleh pihak hotel , diantaranya adalah dengan melalui cara : kiat paket kamar murah beserta berbagai fasilitas tambahan seperti : sarapan pagi, antar jemput dan discount, namun hal ini belumlah dapat mendukung pendapatan, sehingga kalau hal ini berkepanjangan , rata-rata tingkat hunian kamar tetap tidak akan meningkat , kendati harga jual kamar masih rendah, maka dalam hal ini disini diperlukan adanya peranan promosi untuk dapat meningkatkan tingkat hunian kamarnya.

Peranan manajemen dalam hal ini sangatlah penting karena merupakan faktor yang menentukan berapa besarnya alokasi promosi yang diberikan untuk menunjang program promosi tersebut, sehingga keberhasilan program promosi ini secara tidak langsung akan dapat meningkatkan tingkat hunian (Sales) dengan tanpa lupa memperhatikan dari segi penjualan harga kamar (price)

I.2. Perumusan Masalah.

Pada penelitian ini penulis mencoba untuk melihat seberapa jauh, pengaruh harga kamar (price) dan biaya promosi terhadap tingkat hunian hotel.(Sales).

Adapun pemilihan promosi dan harga kamar (price) ini dilakukan dikarenakan karena variabel ini diperkirakan memegang peranan penting sebagai penentu tercapainya tingkat hunian hotel yang maksimal. Sehingga nantinya diharapkan pada penelitian analisa data diatas nantinya akan dapat mengetahui apakah terdapat hubungan diantaranya yang dapat mempengaruhi daya tingkat hunian yang akan dicapai..

Didalam manajemen, biaya promosi diatas dipergunakan sebagai komponen alat ukur apakah berpengaruh terhadap penjualan yang sedang berlangsung, sehingga jumlah anggaran untuk promosi yang direncanakan dapat ditambah atau diperbesar oleh manajemen.

Kemajuan dari perkembangan suatu perusahaan ditentukan oleh banyak faktor yang saling terkait satu sama lainnya . Salah satu diantaranya adalah dengan melalui kegiatan promosi, yang dapat dilaksanakan dengan melalui berbagai cara dan penggunaan media yang ada.

I.3. Tujuan dan manfaat Penelitian.

Adapun tujuan / manfaat dari pembahasan tesis ini adalah untuk dapat menjelaskan dan mengetahui apakah ada hubungan antara promosi perhotelan dan harga kamar (Price) terhadap tingkat hunian hotel (Sales).

Hal lain lagi adalah untuk dapat mengetahui apakah ada faktor-faktor selain yang disebutkan diatas yang dapat mempengaruhi tingkat hunian hotel ini selama kurun waktu penelitian mulai dari Januari 1998 sampai dengan Desember 2000, sehingga akhirnya diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan untuk meningkatkan tingkat hunian hotel diwaktu mendatang

I.4. Metode Pembahasan

I. 4.1.Desain Penelitian.

Variabel bebas : Promosi dan Harga Kamar (Price)

Variabel terikat : Tingkat Hunian (Sales)

I.4.2. Metode Analisa Data.

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

Analisa Regresi

Analisis Regresi digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y, tentu saja hubungan yang diinginkan adalah linear, yakni jika komponen X ditambah dengan satu unit, berapakah kenaikan unit pada komponen Y nya.

Analisa Korelasi

Sedangkan analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.

I.4.3. Jenis dan Sumber data

Data yang dikumpulkan berupa data yang bersifat kuantitatif dan kualitatif terdiri dari data primer dan sekunder :

- . Data Primer : diambil dari Hotel Sahid Jaya Lippo Cikarang,
- . Data Sekunder : diambil dari membaca buku atau literatur lain yang mendukung.

I.4.4. Pengolahan Data

Penelitian ini diolah dengan menggunakan teknik analisa regresi dan korelasi. Pengolahan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS (Statistical Product and Service Solutions) for windows.

Persamaan regresi yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

X_1 = Biaya Promosi

X_2 = Nilai Harga Kamar (Price)

Y = Tingkat Hunian (Sales)

α = Konstanta

β_1, β_2 = koefisien regresi

I.4.5. Hipotesa Penelitian

Hipotesa penelitian ini dirumuskan melalui hipotesa nol dan hipotesa alternatif sebagai berikut :

Hipotesa Nol

- Tidak terdapat hubungan antara harga kamar (Price) dengan tingkat hunian (Sales)
- Tidak terdapat hubungan antara Biaya Promosi dengan jumlah tingkat hunian.
- Tidak terdapat hubungan antara Harga kamar (Price), BiayaPromosi dengan Tingkat Hunian (Sales)

Hipotesa Alternatif

- Terdapat hubungan yang positif antara harga kamar (Price) dengan tingkat hunian (Sales)
- Terdapat hubungan yang positif antara Biaya Promosi dengan tingkat hunian (Sales)
- Terdapat hubungan yang positif antara harga kamar (Price) , Biaya promosi secara bersama-sama dengan tingkat hunian (Sales)

I.5. Ruang Lingkup Pembahasan dan Pembatasan Masalah.

Dalam tesis ini lingkup pembahasannya difokuskan pada biaya promosi dan harga kamar untuk dapat meningkatkan hunian perhotelan ini. Dengan analisis promosi dan harga kamar tersebut dapat meninjau kepentingan internal yang berkaitan dengan pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang secara langsung mempengaruhi pemasukan / laba perusahaan.

Dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan secara umum tentang perhotelan dan teori-teori yang berhubungan dengan perhotelan khususnya. Mengingat begitu luasnya cakupan tentang perhotelan, maka penelitian ini dibatasi hanya untuk menganalisa secara ilmiah kuantitatif pengaruh harga kamar (price) dan biaya promosi terhadap tingkat hunian (sales) pada periode Januari 1998 sampai dengan Desember 2000. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk melihat hal-hal lain, selain yang telah dinyatakan diatas.

I.6. Sistematika Penulisan.

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PROMOSI & HARGA TERHADAP TINGKAT HUNIAN HOTEL SAHID JAYA LIPPO CIKARANG

Daftar isi :

- Bab I. Merupakan bab pendahuluan yang meliputi : Latar belakang masalah, Perumusan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, metode pembahasan, , ruang lingkup pembahasan dan pembatasan masalah serta sistematika penulisan .
- Bab II. Membahas tinjauan kepustakaan yang berisi teori dan referensi yang berhubungan dengan analisa antara promosi dan harga terhadap tingkat hunian
- Bab III. Membahas metodologi yang dipakai dalam tesis ini.
- Bab IV. Membahas analisa dan interprestasi dari data yang didapat.
- Bab V. Merupakan kesimpulan yang didapat dari tesis ini dan saran-saran yang perlu disampaikan bagi perbaikan maupun pengembangan lebih lanjut dari tesis ini.