

**ROOM OCCUPANCY HOTEL DITINJAU DARI FASILITAS, *ONLINE*
TRAVELAGENT DAN *CUSTOMER SERVICE*
(STUDI KASUS DI GRAND HAP HOTEL SURAKARTA)**

Novi Dwi Wulandari¹⁾, Sudarwati²⁾, Siti Maryam³⁾
^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Batik Surakarta
Email : noviw0311@gmail.com

ABSTRACT

The decline in hotel occupancy rates caused by the pandemic, hotel managers need to know the prediction of visitor arrivals at their hotels, so that room occupancy is still met. This study intends to determine and explain the influence of facilities, online travel agents and customer service on room occupancy rates at Grand Hap Hotel Solo. This research is a quantitative descriptive. The population used was all guests staying at Grand Hap Hotel Surakarta and 105 samples were taken as a sample. This study used a questionnaire as a tool to obtain data. In this study using accidental sampling technique. Analysis using SPSS 22.0, the data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results showed that the variables of facilities, online travel agents and customer service had a significant effect on room occupancy rates.

Keywords: facilities, online travel agent, customer service, room occupancy

ABSTRAK

Menurunnya tingkat hunian hotel yang disebabkan pandemi, manajer hotel perlu mengetahui prediksi kedatangan pengunjung di hotel mereka, agar room occupancy tetap terpenuhi. Penelitian ini bermaksud untuk menentukan dan menjelaskan pengaruh Fasilitas, Online Travel Agent dan Customer Service terhadap tingkat hunian kamar atau room occupancy pada Grand Hap Hotel Solo. Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Populasi yang dipakai adalah seluruh tamu yang menginap di Grand Hap Hotel Surakarta dan yang diambil sebagai sampel sejumlah 105. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mendapatkan data. Pada penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Analisis menggunakan spss 22.0, teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas, online travel agent dan customer service berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat hunian kamar.

Kata Kunci: fasilitas, online travel agent, customer service, room occupancy

PENDAHULUAN

Tingkat hunian hotel dipengaruhi oleh adanya event/ kegiatan yang berlangsung di lokasi hotel berada, baik event local, nasional, maupun internasional yang diselenggarakan oleh pemerintah ataupun swasta. Adanya Kerjasama antara hotel, penyelenggara event dan Online Travel Agent (OTA) dapat meningkatkan jumlah hunian kamar hotel, dari sisi penyelenggara event Kerjasama dengan OTA dan hotel akan menjadikan kinerja lebih efektif dan efisien. Dari sisi OTA adanya event yang diselenggarakan dan Kerjasama dengan hotel dapat meningkatkan brand dan akan memudahkan OTA dalam melakukan promosi ke pihak lainnya. Dalam hal fasilitas, tiap hotel sudah memiliki minimal fasilitas yang harus disediakan berdasarkan tingkat/ bintang hotel tersebut. Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mengemukakan standar kebersihan kamar, pelayanan saat tamu datang dan fasilitas umum yang dimiliki hotel sudah distandarisasi, sehingga setiap hotel memiliki fasilitas minimum yang harus dipenuhi. Fasilitas yang berbeda dan memiliki nilai plus tentu akan menaikkan tingkat hunian hotel, dan membuat pelanggan akan merasa betah menginap dan kembali lagi. Customer service yang ramah, dapat memberikan kemudahan dan pelayanan sesuai SOP akan menjadi nilai tambah hotel. Sebagaimana SOP yang telah digariskan, customer service, tidak hanya sebagai penerima tamu namun dapat memberikan solusi atas permasalahan yang dialami pelanggan selama masih menjadi wewenang dan tanggungjawab dari Customer service tersebut.

Fenomena yang terjadi pada saat ini tingkat hunian hotel di Kota Surakarta mengalami penurunan pada awal tahun hingga pertengahan tahun (Maret 2020 – Oktober 2020) yang disebabkan adanya wabah pandemi yang terjadi diseluruh dunia secara merata, hal ini secara dratis menurunkan tingkat kunjungan wisata baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Menurunnya tingkat hunian kamar juga dirasakan oleh Grand HAP Hotel sebagai salah satu hotel di Kota Solo, tingkat hunian pada saat ini hanya berkisar antara 50%-60% dari ketersediaan kamar yang pada kondisi normal tingkat hunian selalu berada diatas 80%. Hal ini ini menjadikan persaingan antar hotel menjadi lebih ketat, baik langsung kepada pelanggan ataupun tidak langsung.

STUDI LITERATUR

Room Occupancy

Menurut Suarhana, (2016). Hunian kamar adalah perbandingan rasio kamar yang dijual hotel terhadap total kamar yang tersedia, yang dapat digunakan untuk perbandingan antara hotel itu sendiri dengan hotel lainnya. Selain itu, jumlah total kamar yang tersedia untuk dijual dihitung untuk periode tertentu, misalnya Bulan, tahun, dll. Indikator Room Occupancy dapat dilihat dari (Yoeti, 2018):

1. Hotel mudah dijangkau dengan transportasi umum
2. Hotel berada di pusat kota
3. Tersedia kolam renang dan fasilitas kesehatan yang bebas digunakan pelanggan
4. Tersedia fasilitas antar jemput bandara dan sarana transportasi lainnya
5. Kamar selalu dalam keadaan bersih dan dapat langsung digunakan
6. Hotel mengadakan promosi pada event tertentu
7. Adanya diskon bagi pelanggan tetap

Fasilitas

Fasilitas meliputi eksterior fasilitas desain interior atau elemen fisiknya, peralatan, personel, dan media komunikasi (Handoko T. Hadi, 2010). Hal ini bertujuan untuk mempertegas kesan kualitas, kenyamanan dan keamanan dari pelayanan yang kami berikan kepada konsumen. Bukti fisik meliputi fasilitas personel, peralatan dan kendaraan. Fisik nyata tercermin dalam standar penggunaan peralatan dan teknologi dalam operasional (Wu dkk, 2020). Dalam indikator fasilitas antara lain dapat dilihat dari (Nirwana, 2014; 145):

1. Tampilan gedung dan ruangan
2. Ketersediaan tempat parkir
3. Kondisi Ruangan
4. Sarana komunikasi
5. Penampilan karyawan

Online Travel Agent (OTA)

Online Travel Agent membuat jaringan perifer yang disebut extranet. Sebuah interface berbasis web dengan nama pengguna dan kata sandi yang dapat diakses dari hotel (Herry dkk., 2019). Online Travel Agent meminta hotel untuk memberikan tarif tetap. Ini adalah jumlah kamar yang tersedia untuk Online Travel Agent tertentu. Kerjasama antara online

travel agent dan hotel dalam mengelola ekstranet ini didasarkan pada kontrak yang ditandatangani dalam bentuk dokumen digital. Online Travel Agent kemudian menerima komisi/komisi sebesar 8% hingga 18% untuk setiap kamar/malam yang dibayarkan oleh pelanggan. Persentase ini dibebankan oleh hotel sebagai biaya. (Burhanudin & Mursito, 2018). Indikator yang dapat digunakan untuk menilai Online Travel Agent (OTA) (Lee Mars, 2012):

1. Pilihan hotel lengkap
2. Kemudahan bertransaksi
3. Keamanan melakukan transaksi
4. Pelayanan CS 24 jam
5. Kemudahan melakukan reschedule

Customer Service

Menurut Soekadijo, (2015) customer service berperan mempertahankan pelanggan lama supaya permanen setia sebagai pelanggan kita melalui pendekatan interaksi yg lebih akrab bersama pelanggan. Sebagai customer service diharapkan mampu memberikan pelayanan yang tanggap, cepat, baik dan harus ramah terhadap semua pelanggan. pelayanan memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh customer service sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Seorang customer service yang baik juga dinilai dari kemampuan dan etika pelayanan (Yoeti, Oka, 2017). Indikator dari Customer Service yang baik dapat dilihat dari aspek berikut (Kasmir, 2008):

1. Keramahan dalam melayani
2. Memiliki pemahaman terhadap produk
3. Kemampuan mencari solusi
4. Responsif
5. Bertanggungjawab

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Grand HAP Hotel beralamat di Jl. Slamet Riyadi No.331, Purwosari, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Teknik sampling yang dilakukan dengan accidental sampling, maka jumlah responden dalam penelitian ini 105 responden. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dengan memberikan kuesioner kepada wisatawan yang menginap di HAP pada saat penelitian berlangsung, dan bersedia menjadi responden.

HASIL

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirrov	<i>p-value</i>
<i>Unstandardized Residual</i>	0,981	0,05

Diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,981. Nilai signifikansi lebih besar dari (0,981 > 0,05), maka sebaran data normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Fasilitas	0,416	4,288
<i>Online Travel Agent</i>	0,745	2,028
<i>Customer Service</i>	0,952	1,351

Berdasarkan tabel 2 nilai VIF < 10 dan Toleransi > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	P-value	□
Fasilitas	0,440	0,05
<i>Online Travel Agent</i>	0,078	0,05
<i>Customer Service</i>	0,87	0,05

Nilai p-value > 0,05 , maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam persamaan.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	0,997	0,993	0,993	4.228	1.753

diperoleh nilai $DW < dU$ dan $DW < (4 - dU) = 4 - 1,587 = 2,413$. Karena nilai 1,753 berada di atas batas atas dU dan berada di bawah $4 - dU$, dapat disimpulkan bahwa telah terbebas dari masalah autokorelasi.

5. Uji Hipotesis

Tabel 5. Uji Regresi Berganda

<i>Variabel</i>	Koefisien Regresi (B)
(Constant) Fasilitas	0,093
Online Travel Agent	0,377
<i>Customer Service</i>	1,253
	0,235

$$Y = 0,093 + 0,377x_1 + 1,253x_2 + 0,235x_3$$

- a. $\alpha = 0,093$ menyatakan, (Fasilitas, *Online Travel Agent*, dan *Customer Service*) mempengaruhi *Room Occupancy*, maka *Room Occupancy* akan meningkat sebesar 0,093.
- b. $b_1 = 0,377$ Fasilitas (X_1) bertanda positif, jika nilai *Online Travel Agent* (X_2) dan *Customer Service* (X_3) konstan, maka *Room Occupancy* (Y) bertambah sebesar 0,377.
- c. $b_2 = 1,253$ *Online Travel Agent* (X_2) bertanda positif, jika nilai Fasilitas (X_1) dan *Customer Service* (X_3) konstan, maka *Room Occupancy* (Y) bertambah sebesar 1,253.
- d. $b_3 = 0,235$ *Customer Service* (X_3) bertanda positif, jika nilai Fasilitas (X_1) dan *Online Travel Agent* (X_2) konstan, maka *Room Occupancy* (Y) bertambah sebesar 0,235.

6. Uji Ketepatan Model (Uji F / Overall Test).

Tabel 6. Uji F

Variabel		Fhitung	Ftabel
Regression	Residual		
Total		17,098	2,69

Berdasarkan tabel 6 bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,627 > 2,69$), secara bersama-sama variabel bebas telah mempengaruhi *Room Occupancy* di Grand Hap Hotel.

7. Uji Ketepatan Parameter (Uji t /t test).

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel			Sig (Prob)	Keterangan
	thitung	ttabel		
Fasilitas	4,415	1,660	0,000	Ho ditolak
<i>Online Travel Agent</i>	17,010	1,660	0,000	ditolak
Customer Service	1,848	1,660	0,037	Ho ditolak

Dari hasil analisis uji t diperoleh hasil bahwa thitung lebih besar ttabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari angka 0,05 (α). Maka secara parsial semua variable bebas signifikan dan berpengaruh positif terhadap *Room Occupancy* Grand Hap Hotel.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2)

Adjusted R Square

0,993

Semua variabel independen memiliki pengaruh simultan 99,30%. Sedangkan pengaruh dari luar variable sebesar 0,70%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan penjabaran diatas, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Fasilitas, *Online Travel Agent*, dan *Customer Service* berpengaruh secara simultan terhadap *Room Occupancy* yang ditunjukkan dari hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,627 > 2,69$).
2. Fasilitas berpengaruh positif dan parsial terhadap *Room Occupancy*, yang ditunjukkan dari nilai hasil uji t sebesar (4,419).
3. *Online Travel Agent* terhadap berpengaruh positif terhadap *Room Occupancy*, yang ditunjukkan dari nilai hasil uji t sebesar (17,010).
4. *Customer Service* terhadap berpengaruh positif terhadap *Room Occupancy*, yang ditunjukkan dari nilai hasil uji t sebesar (1,848).

5. Model regresi yang merupakan persamaan tentang pengaruh fasilitas dan *Online Travel Agent* terhadap *Room Occupancy* adalah $Y = 0,093 + 0,377 X_1 + 1,253 X_2 + 0,235 X_3 + e$

SARAN

Terdapat beberapa saran bagi penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan memberi perhatian terhadap fasilitas, fasilitas dapat berupa ruang parkir yang representative, dan aman. Keamanan dan kelengkapan fasilitas yang ada dapat mencerminkan kesipian hotel dalam menerima tamu.
2. Diharapkan lebih intens untuk melakukan promosi, khususnya melalui *Online Travel Agent*, pada kondisi seperti ini, selain untuk menjaga Kesehatan dan mencegah penularan Covid 19, juga dapat memberikan jaminan ketersediaan kamar untuk konsumen.
3. Disarankan perusahaan juga memberi perhatian terhadap variabel *Customer Service* karena CS merupakan wajah hotel yang pertama kali dilihat. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh CS akan semakin membuat tamu lebih nyaman untuk menginap

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Abdullah, and Mohd Hairil Hamdan.. 2012. Internal Success Factor of Hotel Occupancy Rate. Universiti Sultan Zainal Abidin and International Islamic Univeristy Malaysia. *International Journal of Business and Social Science Vol. 3 No. 22 November 2012.*
- Aditya Prima Yudha.. 2015. Analisis Karakteristik Pengunjung dan Tingkat Hunian Kamar di Papyrus Tropical Hotel, Bogor. Fakultas EKonomi Universitas Pakuan. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi) Volume 1 No. 2 Tahun 2015, Hal. 44-57.*
- Agusnawar, A.Md.Par. 2017. Pengantar Operasional Kantor Depan Hotel. Jakarta: PT. Perca
- Analisa Pengaruh Marke-ting Mix Pada Tingkat Hunian Hotel Berbintang Di Kota Batam. Ade Parlaungan Nasution. Dosen Tetap Prodi Manajemen FE Universitas Riau Kepulauan Batam
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Christedi Permana Wijaya, Tri Priyono Budi Santoso. 2018. Strategi Pemasaran Dalam
- Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian – Bali. *Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura. Vol.13, No.1. 28 Februari 2018*

- Darsono Agustinus. 2015. Kantor Depan Hotel. Jakarta : PT.Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Dr. Abdul Sada Mutlag Raheem Al Saleem and Dr.Noorya Flayyih Mzaiei .2013. Factors Affecting Hotels Occupancy Rate (An Empirical Study on Some Hotels in Amman). Al- Juboori Al- Ahliyya Amman University and Al-Zaytoonah University Of Jordan. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business. OCTOBER 2013 VOL 5, NO 6*
- Edmond H.C. Wu, Rob Law, Brianda Jiang. 2010. The impact of infectious diseases on hotel Occupancy rate based on independent component analysis. School of Hotel & Tourism Management, Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management 29 (2010) 751–753*
- Hadi Jatmiko, Syah Riza, dan Octavy Sandy . 2020. Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada hotel di Kota Jember.. Program Perhotelan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata. Volume 3 No. 1 Juni Tahun 2020*
- Handoko T. Hadi. 2010. Manajemen Personalia Dan Sumberdaya Manusia. Yogyakarta : BPF
- Juhari.. 2016. Analisis Harga Terhadap Room Occupancy Hotel dan Penginapan di Kota Pangkalpinang. STIE Pertiba Pangkalpinang. *Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol.02. No.02, Juli 2016*
- Nirwana, 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Alta.
- Pengaruh Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Tingkat Okupansi Hotel Novotel Balikpapan. A.Rinto Dwi Atmojo. Staf Pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Sa marinda. *JURNAL EKSIS Vol.7 No.2, Agustus 2011: 1816 – 2000*
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Roberta Minazzi, and Dimitrios Buhalis.. 2016. The influence of e-word-of-mouth on hotel Occupancy rate. Giampaolo Viglia, Article in International Journal of Contemporary Hospitality Management · September 2016. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 28 Iss 9 pp. 2035 – 2051*
- Soekadijo. R. G. 2015. Anatomi Pariwisata. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum.
- Strategi dan usaha reservasi untuk meningkatkan tingkat hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. Hery Krestanto. Akademi Pariwisata Yogyakarta. Media Wisata, Volume 17, Nomor 1, November 2019
- Suarthana. 2016. Manajemen Perhotelan Edisi Kantor Depan, Kuta Utara : Mapindo Sugiarto Endar. 2016. Pengantar Akomodasi Dan Restoran. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiarto, Endar. 2017. Hotel Front Office Administration (Administrasi Kantor Depan Hotel). Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta

- Sulastyono, Agus. 2008. Seri Manajemen Usaha jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi ; Teknik dan Prosedur Devisi Kamar. Bandung : CV. Alfabeta
- Sulastyono, Agus. 2016. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung: CV. Alfabeta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kelima, Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandi. 2015. “Strategi Pemasaran”. Edisi kedua, Yogyakarta : Andi Wahab, Salah. 2017. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Pradya Paramitha
- Wayan Suardana, Muhadjir Suni, Masri Ridwan.. 2019. The Influence of Room Prices and Promotion Costs on Hotel Room Occupancy Rates in Palopo City, South Sulawesi. Poltekpar Pariwisata Makassar. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan*

Pendidikan Administrasi Perkantoran Vol. 6, No. 2, July-December 2019, Pages 123-130

YASIR AHMAD.. 2015. Pengaruh Harga, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada The Sun Hotel Sidoarjo E-Journal Manajemen Branch marck. Volume 1 Issue 3 2015

Yoeti, Oka, A. 2017. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Bandung: Dinas Pariwisata Jawa Barat Press