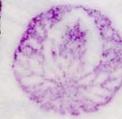


**ANALISIS PEMBERIAN POTONGAN HARGA TERHADAP
TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI
DI JEMBER**

SKRIPSI



Unit UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Oleh :

Terima : 23 JUN 2003

SKS

S
Klass
658.8

SET

a

e.1

Donie Setyawan

NIM, 980810291484/MGT

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2003

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PEMBERIAN POTONGAN HARGA TERHADAP TINGKAT
HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

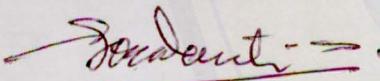
N a m a : DONIE SETYAWAN
N.I.M. : 980810291484
Jurusan : MANAJEMEN

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :
20 MEI 2003

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar **S a r j a n a** dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas
Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

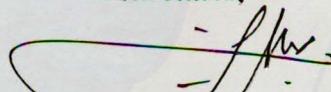
Ketua,



Dra. SOEWANTI. S.

NIP. 130 359 304

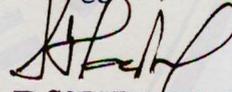
Sekretaris,



Dra. ACHMAD ICHWAN

NIP. 130 781 340

Anggota,



Drs. H. SOEGIHARTO, PH, MM

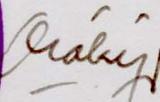
NIP. 130 145 581

Mengetahui / Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. H. LIAKIP, SU

NIP. 130 531 976



JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PEMBERIAN POTONGAN HARGA TERHADAP TINGKAT
HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

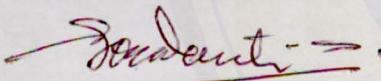
N a m a : DONIE SETYAWAN
N.I.M. : 980810291484
Jurusan : MANAJEMEN

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :
20 MEI 2003

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar **S a r j a n a** dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas
Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

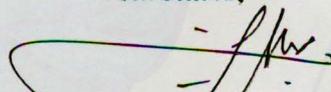
Ketua,



Dr. SOEWANTI. S.

NIP. 130 359 304

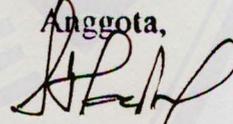
Sekretaris,



Dr. ACHMAD ICHWAN

NIP. 130 781 340

Anggota,



Dr. H. SOEGIHARTO, PH.D.

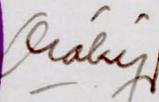
NIP. 130 145 581

Mengetahui / Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. H. LIAKIP, SU

NIP. 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pemberian Potongan Harga Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Sulawesi Di Jember

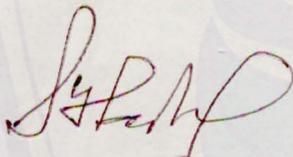
Nama Mahasiswa : Donie Setyawan

Nomer Induk Mahasiswa : 980810291484

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

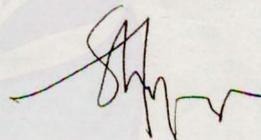
Pembimbing I,



Drs. H. Soegiharto, PH, MM

NIP. 130 145 581

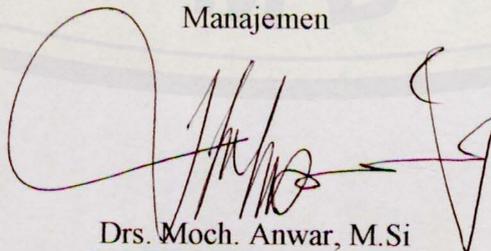
Pembimbing II,



Dra. Lilik Farida, M.Si

NIP. 131 832 338

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Manajemen



Drs. Moch. Anwar, M.Si

NIP. 131 759 767

Tanggal Persetujuan: Mei 2003

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

Yth. Ayahanda Achmad Suhaili dan Ibunda Musiati, Spd tercinta, yang telah memberiku kasih sayang, motivasi, dorongan serta do'a guna keberhasilanku dimasa kini dan masa-masa yang akan datang,

Adikku Fenty Ratnasari tersayang, yang selalu mengisi hari-hariku dengan tawa dan canda sehingga hidup ini terasa lebih Indah bermakna,

Adindaku "Ety Rumantikawati", yang selalu terus mendampingi, menyayangiku, memberikanku semangat, dukungan dikala suka duka dan disaat aku lelah, letih dalam menjalani hidup (Thank's For Everything and Your Support),

Almamater yang Ku-banggakan.

MOTTO

- Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah urusan yang lain, dan hanya kepada ALLAH lah hendaklah kamu berharap.
(Qs. Al Insyiroh ayat 6-8)
- Kejujuran merupakan awal dari suatu kreatifitas, kebebasan berimajinasi adalah pintu bagi sebuah karya dan kesederhanaan adalah gambaran dari sikap pendewasaan.
(Orang bijak)
- Memiliki keyakinan diri dan keberanian adalah sikap terbaik untuk mencapai keberhasilan dalam mengatasi segala rintangan yang dihadapi.
(Orang Bijak)

ABSTRAKSI

**ANALISIS PEMBERIAN POTONGAN HARGA TERHADAP TINGKAT
HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER**

Bidang usaha perhotelan merupakan salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya dalam perkembangan kepariwisataan di Indonesia. Ditengarai bahwa pengeluaran keseluruhan dari wisatawan terutama wisatawan asing adalah penginapan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan harga yang telah dilakukan perusahaan, untuk mengetahui hubungan linear antara potongan harga terhadap volume hunian kamar dan untuk mengetahui derajat hubungan satu persatu variabel bebas terhadap variabel terikat atau mengetahui keeratan hubungan antara potongan harga terhadap tingkat volume hunian kamar. Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Sulawesi Jember, Jalan Letjend. Suprpto 48 Jember.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dan study kepustakaan. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi. Study kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi melalui studi literatur. Prosedur pengambilan data adalah dengan menggunakan metode observasi, interview dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif.

Pelaksanaan potongan harga yang dilakukan di Hotel Sulawesi Jember masih kurang variatif sehingga penjualan dari tahun ke tahun semakin menurun. Kebijakan potongan harga yang kurang bervariasi menyebabkan konsumen tidak berminat sehingga akan lari ke hotel yang lain. Oleh sebab itu Hotel Sulawesi perlu menerapkan kebijakan potongan harga yang bervariasi. Masalah yang dihadapi oleh perusahaan dapat diatasi dengan pelaksanaan Cumulative Quantity Discount dan Non Cumulative Quantity Discount, hal ini perlu dilakukan untuk merangsang minat konsumen dan mempertahankan langganan lama. Sedangkan, berdasarkan analisis kuantitatif diperoleh hasil bahwa potongan harga mempunyai hubungan yang kuat terhadap tingkat volume hunian kamar. Penetapan potongan harga yang bervariasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap tingkat volume hunian kamar, sehingga kebijakan potongan yang bervariasi perlu dilakukan dengan efektif untuk meningkatkan penjualan.

Kebijakan potongan harga perlu dilaksanakan sebagai kebijakan pendukung dalam rangka meningkatkan penjualan dan potongan harga mempunyai hubungan yang kuat dan berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **ANALISIS PEMBERIAN POTONGAN HARGA TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER**. Penulisan skripsi ini diajukan dengan maksud guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

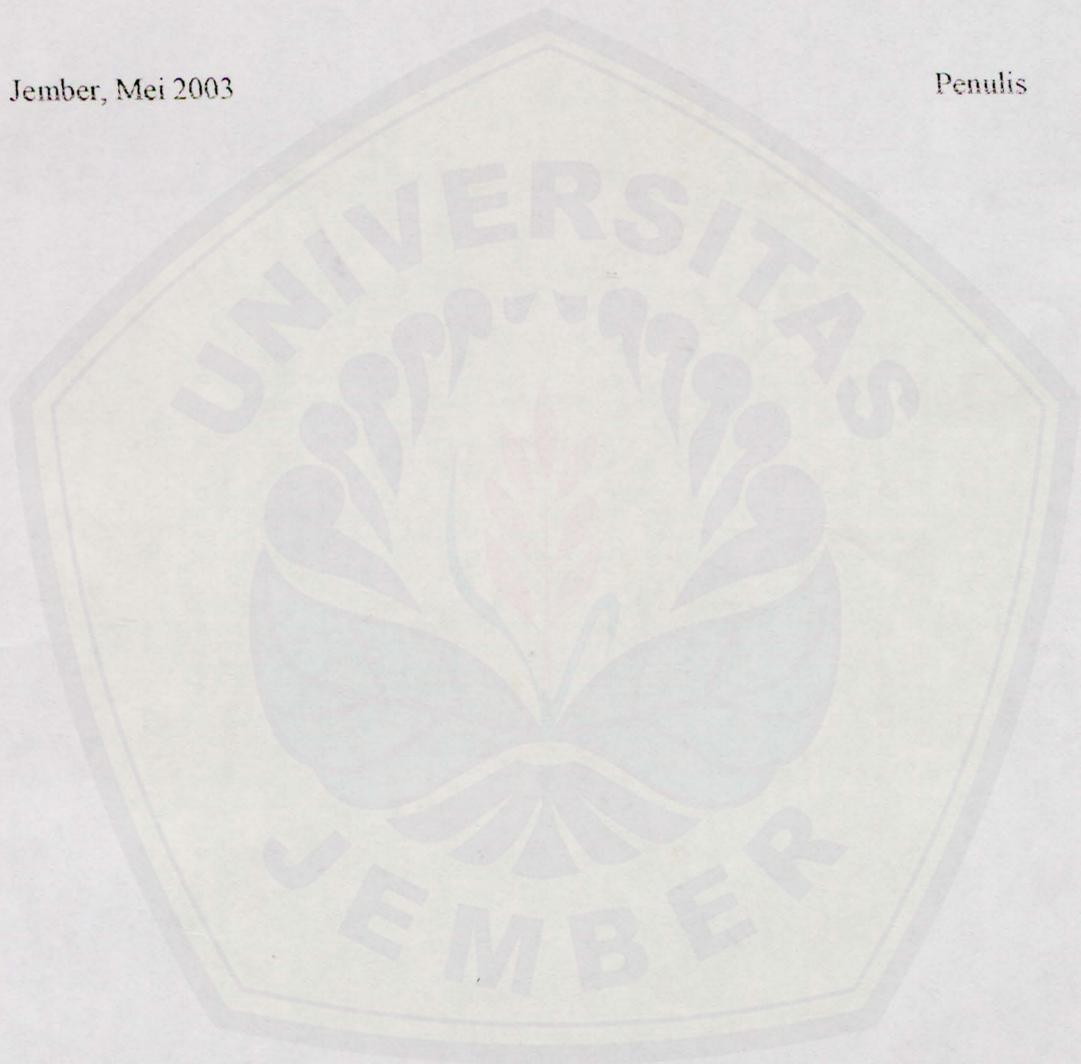
Terselesaikannya penulisan skripsi ini berkat ketekunan dan usaha yang tak kenal lelah dan tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih dan hormat sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Soegiharto, PH, MM dan Ibu Lilik Farida, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, bantuan, bimbingan dan pengarahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. M. Anwar, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen S-1 Extension dan Bapak Drs. Didik Pudjo Musmedi, MS, selaku Wakil Koordinator Program Studi Manajemen S-1 Extension beserta Bapak-ibu dosen, staff karyawan yang telah banyak membantu dalam proses perkuliahaan.
4. Bapak Andyk Sunarto selaku General Manager PT. Hotel Sulawesi Jember dan staff yang telah banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku semua Manajemen Extension '98 dan keluarga besar kelompok U KK Wirolegi yang tidak dapat tersebut satu per satu.
6. Rekan-rekan yang dengan sengaja maupun tidak sengaja telah memberi bantuan moril juga informasi kepada penulis.

Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berguna serta memberikan masukan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, Mei 2003

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4 Hipotesa	4
1.5 Batasan Masalah	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Pengertian Jasa	8
2.2.2 Pengertian Jasa Perhotelan	9
2.2.3 Pengertian Harga	11
2.2.4 Peranan Harga	14
2.2.5 Kebijakan Harga	14

ix

x

2.2.6	Pengertian Potongan	17
2.2.7	Pengertian Potongan Harga	18
2.2.8	Tujuan Pemberian Potongan Harga	18
2.2.9	Bentuk-bentuk Potongan Harga	19
2.2.10	Pelayanan	22
III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Rancangan Penelitian	24
3.2	Obyek Penelitian	24
3.3	Jenis Data	25
3.4	Metode Pengumpulan Data	25
3.5	Metode Analisis Data	25
3.6	Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya	28
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah	29
3.8	Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah	30
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	31
4.1.2	Struktur Organisasi	33
4.1.3	Ketenagakerjaan / Personalia	40
4.1.3.1	Jumlah Tenaga Kerja	40
4.1.3.2	Jam Kerja	41
4.1.3.3	Kualitas Tenaga Kerja	41
4.1.3.4	Pengembangan Tenaga Kerja	43
4.1.3.5	Sistem Penggajian	43
4.1.3.6	Kompensasi	43
4.1.4	Aktivitas Perusahaan	44
4.1.4.1	Proses Check In	44

2.2.6	Pengertian Potongan	17
2.2.7	Pengertian Potongan Harga	18
2.2.8	Tujuan Pemberian Potongan Harga	18
2.2.9	Bentuk-bentuk Potongan Harga	19
2.2.10	Pelayanan	22
III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Rancangan Penelitian	24
3.2	Obyek Penelitian	24
3.3	Jenis Data	25
3.4	Metode Pengumpulan Data	25
3.5	Metode Analisis Data	25
3.6	Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya	28
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah	29
3.8	Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah	30
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	31
4.1.2	Struktur Organisasi	33
4.1.3	Ketenagakerjaan / Personalia	40
4.1.3.1	Jumlah Tenaga Kerja	40
4.1.3.2	Jam Kerja	41
4.1.3.3	Kualitas Tenaga Kerja	41
4.1.3.4	Pengembangan Tenaga Kerja	43
4.1.3.5	Sistem Penggajian	43
4.1.3.6	Kompensasi	43
4.1.4	Aktivitas Perusahaan	44
4.1.4.1	Proses Check In	44

4.1.4.2	Proses Check Out	45
4.1.4.3	Fasilitas Hotel	46
4.1.5	Pemasaran	48
4.1.5.1	Kebijaksanaan Harga pada Hotel Sulawesi	48
4.1.5.2	Promosi	49
4.1.5.3	Saluran Distribusi	49
4.1.5.4	Daerah Pemasaran	49
4.1.5.5	Pesaing	50
4.1.6	Data Pendukung	50
4.1.8.1	Data Jenis Kamar dan Harga Kamar	50
4.1.8.2	Pemberian Potongan Harga di Hotel Sulawesi	50
4.1.8.3	Data Realisasi Penjualan	51
4.2	Analisis Data dan Pembahasan	54
V.	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	64
5.2	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA	67
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.	Jumlah Karyawan Per Departemen Pada Hotel Sulawesi Jember	40
2.	Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Hotel Sulawesi Jember Tahun 2003.....	41
3.	Komposisi Karyawan Berdasarkan Masa Kerja Pada Hotel Sulawesi Jember Tahun 2003.....	42
4.	Jenis dan Tarif Kamar yang Berlaku di Hotel Sulawesi Jember	46
5.	Daftar Potongan Harga Hotel Sulawesi dan Perbandingan dengan hotel lain	51
6.	Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Kamar Standart per Triwulan Tahun 2001 – 2002	52
7.	Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Kamar Superior per Triwulan Tahun 2001 – 2002	52
8.	Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Kamar Deluxe per Triwulan Tahun 2001 – 2002	53
9.	Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Kamar Suite per Triwulan Tahun 2001 – 2002	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Hasil Analisis Regresi, Korelasi dan Uji t Type Kamar Standart.	68
2.	Hasil Analisis Regresi, Korelasi dan Uji t Type Kamar Superior.	69
3.	Hasil Analisis Regresi, Korelasi dan Uji t Type Kamar Deluxe...	70
4.	Hasil Analisis Regresi, Korelasi dan Uji t Type Kamar Suite	71
5.	Struktur Organisasi Hotel Sulawesi Jember 2003.....	72
6.	Surat Keterangan Penelitian	73

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era pasar bebas sudah semakin dekat, tahun 2003 mulai dibuka pasar bebas ASEAN (AFTA), siap ataupun tidak siap kita harus menghadapinya. Kecenderungan (trend) yang menjadi karakteristik pasar bebas atau globalisasi tersebut perlu kita cermati sebaik-baiknya seperti terjadinya “mega competition” diantara pelaku-pelaku bisnis atau pelaku-pelaku politik. Kata kunci untuk memenangkan kompetisi itu adalah keunggulan komperatif (Comperative Advantage) yang kita miliki. Potensi wisata yang dimiliki Indonesia terdiri dari wisata alam dan wisata budaya, menurut sorang pakar wisata, Indonesia memiliki obyek wisata yang lebih bagus dibandingkan obyek wisata di Eropa dan berlibur di Indonesia biayanya lebih hemat dibandingkan di Karibia. Melihat potensi ini pantaslah kalau pemerintah mengharapkan perolehan devisa yang besar dari sektor ini, untuk itu direncanakan pada tahun 2005 nanti sektor pariwisata mampu menghasilkan penerimaan sekitar USD 15 milyar, itu baru wisatawan mancanegara saja, dimana pada saat itu jumlah wisatawan mancanegara yang akan datang ke Indonesia diperkirakan sejumlah 11 juta orang berarti pertumbuhan sektor ini sekitar 10% per tahun, yang berarti pendapatan sektoral ini melebihi devisa sektor industri manufaktur ataupun pertanian (Badan Promosi Pariwisata Indonesia).

Pariwisata merupakan salah satu sektor non migas mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai sumber devisa negara, mengingat Indonesia mempunyai kekayaan alam, budaya dan peninggalan sejarah yang kaya dan menarik untuk dikunjungi wisatawan mancanegara.

Bidang usaha perhotelan merupakan salah satu komponen industri pariwisata yang besar perannya dalam perkembangan kepariwisataan di Indonesia. Ditengarai bahwa pengeluaran keseluruhan dari kepariwisataan terutama wisatawan asing adalah biaya penginapan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian devisa yang dihasilkan

sektor pariwisata adalah dari bidang usaha perhotelan. Keberadaan hotel di suatu daerah di Indonesia tumbuh seiring dengan banyaknya tempat-tempat wisata maupun tingkat perekonomian di sekitar lokasi hotel. Begitu pula di daerah Jember yang terdapat beberapa tempat-tempat wisata itu dapat merangsang wisatawan baik asing maupun lokal untuk datang, selain tempat wisata kota Jember adalah kota tengah antara Surabaya dan Banyuwangi itu juga menjadi alternatif bagi wisatawan akan menempuh perjalanan jauh misalnya ke Bali, untuk istirahat sebentar sebelum melanjutkan kembali perjalannya. Mengingat kota Jember memang kota yang nyaman untuk beristirahat. Alasan itulah yang juga dapat mendasari pertumbuhan industri perhotelan. Selain itu juga dikarenakan perekonomian yang semakin meningkat, hal ini terlihat dengan tumbuhnya industri-industri menengah.

Banyaknya hotel berdiri, akan berakibat bertambahnya kompleksnya permasalahan yang dihadapi, karena masing-masing hotel akan berusaha menguasai pangsa pasar yang sebesar-besarnya. Keadaan yang demikian itu akan mengakibatkan persaingan yang semakin tajam bagi perusahaan dalam menyampaikan barang atau jasa kepada konsumen. Sementara itu, perusahaan harus dapat menjamin produk agar selalu tersedia dan mudah diperoleh oleh konsumen tanpa mengabaikan kualitas, pelayanan dan menyakinkan konsumen supaya melakukan kegiatan pembelian barang dan jasa yang ditawarkan untuk menciptakan laba bagi perusahaan.

Pengelolaan perusahaan jasa perhotelan tentunya tidak terlepas dari ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran. Demikian besarnya peranan pemasaran dalam suatu perusahaan mempunyai arti penting bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan volume penjualan. Untuk itu perusahaan hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan pemasaran suatu produk atau jasa, yaitu :

1. produk atau jasa yang dihasilkan (dalam hal ini menyangkut jasa perhotelan);
2. kebijaksanaan harga;
3. saluran distribusi yang digunakan untuk memasarkan produk atau jasa;
4. promosi penjualan.

Salah satu faktor yang menunjang berhasilnya pemasaran adalah penetapan harga yang tepat. Dalam industri jasa, penetapan harga (tarif) melalui persetujuan instansi pemerintah. Tetapi pengaturan harga tidak perlu dianggap menutup kesempatan untuk penetapan harga secara selectif dan pandai dengan maksud menaikkan laba. Untuk jasa perhotelan ini harga terutama ditetapkan oleh permintaan pasar dan persaingan.

1.2 Perumusan Masalah

Hotel Sulawesi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, oleh karena itu kegiatannyapun terbatas memberikan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini pelayanan yang terbaik diberikan kepada tamu-tamu yang menginap di Hotel Sulawesi, diantaranya adalah dengan menjelaskan kepada tamu-tamu yang memanfaatkan fasilitas yang disediakan Hotel Sulawesi. Mulai dari penyambutan para tamu, melayani selama berada di hotel maupun saat meninggalkan Hotel Sulawesi. Hotel Sulawesi menyediakan berbagai macam fasilitas, baik fasilitas akomodasi maupun fasilitas pelengkap lainnya, seperti restoran dan kolam renang. Untuk meningkatkan volume penjualan Hotel Sulawesi menentukan harga (tarif) yang dapat diterima oleh konsumen serta memberi potongan harga yang dapat merangsang pembelian jasa yang kontinyu oleh para konsumen.

Potongan harga merupakan kebijaksanaan dibidang harga yang didalamnya terkandung suatu maksud tertentu untuk meningkatkan volume penjualan sehingga nantinya keuntungan yang diterima perusahaan juga meningkat. Potongan harga dapat mempengaruhi pembeli untuk membeli dalam jumlah besar dan dilakukan dengan kontan dalam jangka waktu yang pendek. Dengan pernyataan tersebut membuktikan bahwasannya apa yang telah diuraikan diatas benar-benar dapat disimpulkan potongan harga yang diberikan hotel akan dapat meningkatkan volume hunian kamar. Potongan jumlah memberikan suatu perangsang bagi pelanggan untuk membeli lebih banyak dari seorang penjual tertentu, bukan membeli dari banyak sumber. Pada Hotel Sulawesi pelaksanaan potongan harga masih kurang bervariasi

dan kurang efektif dalam usahanya meningkatkan hunian kamar atau dengan kata lain Hotel Sulawesi masih perlu memberikan potongan harga dalam bentuk lain yang ditujukan untuk tamu langganan dan tamu yang menginap cukup lama sehingga konsumen lebih berkesan dengan potongan yang menarik tersebut (Kotler, 1996:43).

Dilihat latar belakang masalah, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah Bagaimana mengatasi persaingan harga dengan perusahaan pesaing ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. untuk mengetahui pelaksanaan kebijaksanaan harga yang telah dilakukan oleh perusahaan;
2. untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara potongan harga dengan volume hunian kamar;
3. untuk mengetahui besarnya derajat pengaruh potongan harga terhadap volume hunian kamar.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai :

1. dasar pertimbangan pengambilan keputusan dalam usaha menanggulangi masalah yang sedang dihadapi khususnya pada pelaksanaan pemberian potongan harga;
2. bahan evaluasi bagi perusahaan serupa dalam rangka ekspansi perusahaan kearah yang lebih baik.

1.4 Hipotesa

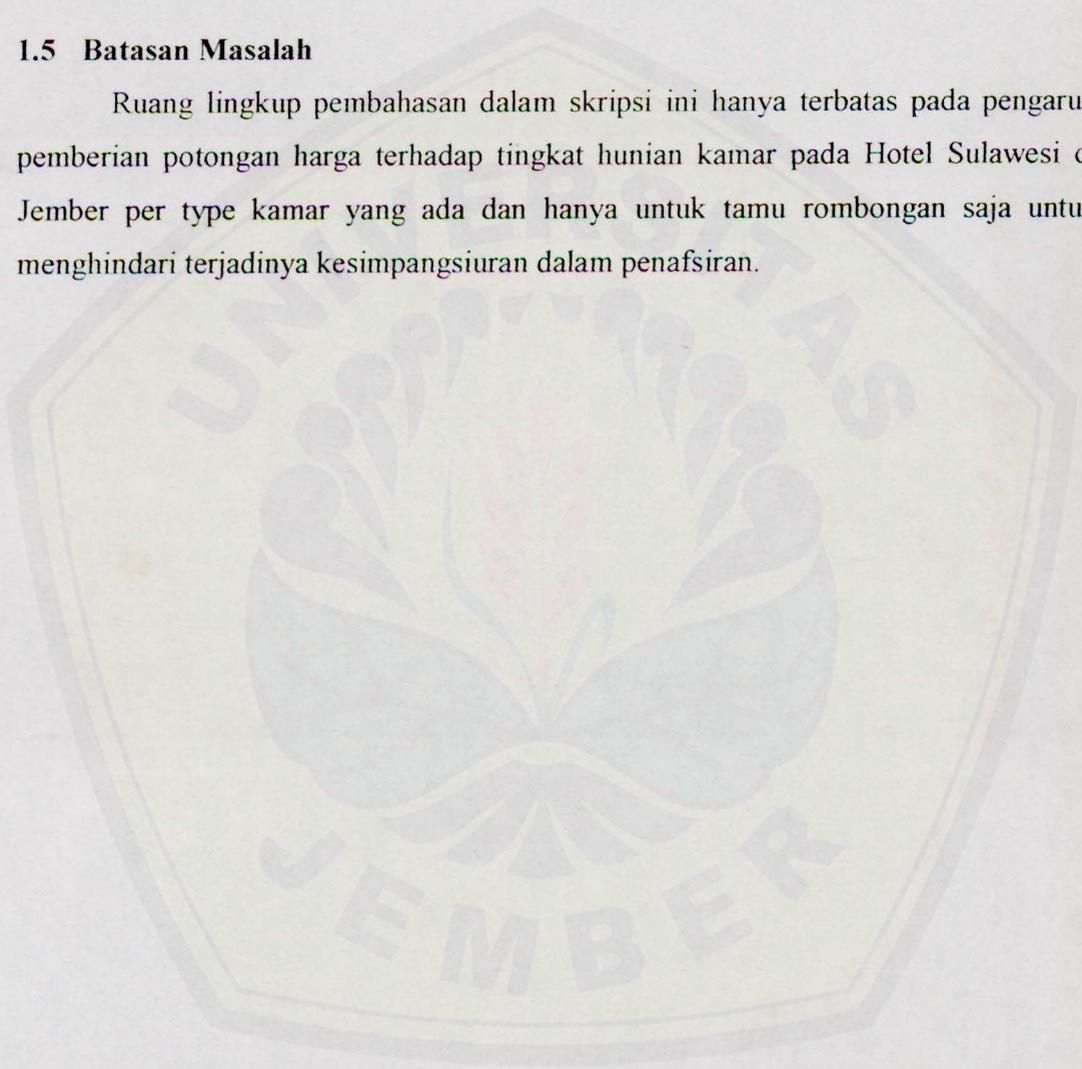
Hipotesa penelitian ini adalah bahwa potongan harga mempunyai pengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

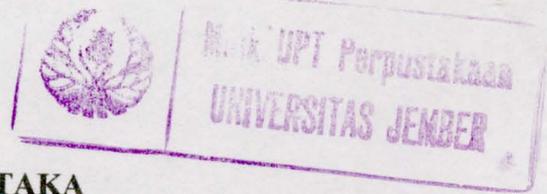
1.4 Hipotesa

Hipotesa penelitian ini adalah bahwa potongan harga mempunyai pengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

1.5 Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan dalam skripsi ini hanya terbatas pada pengaruh pemberian potongan harga terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Sulawesi di Jember per type kamar yang ada dan hanya untuk tamu rombongan saja untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran dalam penafsiran.





II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Permasalahan mengenai potongan harga atau *discount policy* selama ini sudah ada yang pernah menelitinya. Antara lain adalah Aris (1999) dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Discount Policy Terhadap Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Kencana Dewi di Ponorogo*, menyebutkan bahwa berdasarkan hasil analisa kualitatif dapat disimpulkan bahwa pemakaian kebijakan *cummulative quantity discount*, *non cummulative quantity discount*, serta pelaksanaan pelayanan yang baik, sebagai salah satu kebijakan pendukung yang perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena dengan bervariasinya pemberian diskon pada pelanggan, agar merangsang pelanggan untuk menginap pada hotel yang sama pada suatu waktu. Selain itu juga didukung oleh analisa kualitatif yang membuktikan bahwa antara pemberian kenaikan diskon dapat menaikkan pula tingkat hunian kamar. Kedua faktor tersebut mempunyai hubungan yang kuat, positif dan searah. Kemudian disebutkan pula bahwa pemberian potongan harga berpengaruh terhadap volume hunian kamar dan ada hubungan serta pengaruh yang kuat antara potongan harga dengan tingkat hunian kamar, sehingga pelaksanaan potongan harga perlu dilaksanakan secara efektif.

Persamaan dengan skripsi yang disusun ini adalah.

1. digunakan alat analisis *cummulative quantity* dan *non cummulative quantity discount*;
2. sama-sama ingin mencari pengaruh antara kebijaksanaan potongan harga dengan tingkat volume hunian kamar.

Sedangkan perbedaan antara skripsi yang disusun ini dengan skripsi yang disusun oleh Aris adalah.

1. analisis yang digunakan *cummulative quantity discount* dan *non cummulative quantity discount* dijelaskan cara-cara pelaksanaannya;

2. skripsi ini dijelaskan berapa besar potongan harga yang diberikan dan pengaruhnya terhadap tingkat volume hunian kamar.

Budi Jatmiko (1991) dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Strategi Potongan Harga dalam Kaitannya dengan Perencanaan Laba pada Perusahaan Plastik PT. Mepoly Industri Corporation Surabaya*, menarik kesimpulan bahwa dengan semakin banyaknya produk sejenis dan produk substitusi lain yang berkecenderungan muncul sebagai pesaing, maka strategi potongan harga perlu dilakukan. Hal ini untuk menjaga kemungkinan pada masa yang akan datang, perusahaan dipaksa kondisi atau harus memberi potongan harga untuk menaikkan tingkat penjualan, sehubungan dengan munculnya pesaing tersebut. Jadi salah satu tujuan pemberian potongan harga adalah untuk menjaga dan memenangkan persaingan dengan perusahaan yang lainnya yang memproduksi atau bergerak di bidang yang sama. Dalam hubungannya dengan perencanaan laba akan lebih tepat apabila strategi potongan harga yang akan dipakai didasarkan kepada *Contribution margin* yang paling tinggi atau CMR terbesar.

Persamaan dengan skripsi yang disusun ini adalah.

1. sama-sama menunjukkan bahwa kebijaksanaan potongan harga dapat meningkatkan penjualan;
2. sama-sama menunjukkan bahwa dengan kebijaksanaan potongan harga yang bervariasi yang dapat digunakan untuk mengatasi persaingan dengan perusahaan sejenis.

Perbedaan skripsi Budi Jatmiko dengan Skripsi ini adalah.

1. analisis yang digunakan tidak berdasarkan *contribution margin ratio* yang terbesar untuk menentukan besarnya potongan harga;
2. dijelaskan besarnya potongan harga yang efektif untuk meningkatkan penjualan.

Dari kedua peneliti diatas belum menyebutkan pemberian potongan harga yang tepat dalam rangka meningkatkan penjualan tetapi hanya menyebutkan sejauh mana potongan harga berpengaruh pada penjualan, sehingga perlu dikembangkan untuk pemberian potongan harga yang tepat.

2.2 Landasan Teori

Gambaran yang lebih jelas tentang harga maka di bawah ini akan membahas teori yang berhubungan dengan potongan harga yang akan dipergunakan sebagai landasan dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan.

2.2.1 Pengertian Jasa

Menurut Basu Swasta (1996:318) jasa adalah barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi pertukaran yang saling memuaskan.

Begitu pula yang disampaikan oleh William. J. Stanton (1996:220) yang mengatakan bahwa, jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (*tangible*), akan tetapi sekalipun penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (pemilikan permanent).

Sedangkan menurut Philip Kotler (1996:475), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan pemilikan apapun. Produksi jasa mungkin atau mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu kegiatan yang secara terpisah dapat diidentifikasi, yang pada dasarnya tidak teraba yang memenuhi kebutuhan dan tidak perlu terikat dengan penjualan suatu produk atau jasa lain.

Ada beberapa sifat khas jasa-jasa yang bersumber dari beberapa ciri yang membedakannya dari produk. Menurut William. J. Stanton (1996:223), ciri-ciri yang terdapat pada produk jasa adalah.

1. maya atau tidak teraba (*intangibility*);
2. tak terpisahkan (*inseparability*);

3. heterogenitas;
4. cepat hilang (*perishability*).

Ket :

1. maya atau tidak teraba (*intangibility*)

Pelanggan tidak dapat mengambil, contohnya (secara mencicipi, melihat, mendengar atau mencium) sebelum pelanggan membelinya. Tenaga penjual harus memusatkan perhatian pelanggan pada manfaat yang diperoleh dari jasa.

2. tak terpisahkan (*inseparability*)

Jasa tak terpisahkan dari pribadi penjual, berarti bahwa penjual langsung merupakan saluran distribusi dan jasa-jasa penjual tidak dapat dijual dalam banyak pasar, sehingga akan membatasi luasnya (*scale*) usaha perusahaan.

3. heterogenitas

Upaya untuk standarisasi produk jasa yang dihasilkan (*output*) akan sulit dan bahkan tidak mungkin dilaksanakan, karena setiap unit jasa agak berbeda dari unit-unit lain jasa yang sama itu dan sukar untuk menilai kualitas jasanya.

4. cepat hilang (*perishability*)

Jasa bersifat cepat hilang, tidak dapat disimpan atau ditimbun seperti barang, serta tingkat permintaan yang selalu mengalami perubahan menurut musim, hari, atau keadaan-keadaan tertentu lainnya. Hal ini akan mengakibatkan kapasitas yang mengganggu pada waktu-waktu tertentu tidak terelakkan.

2.2.2 Pengertian Jasa Perhotelan

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian hotel, seperti yang tercantum dalam pengetahuan dasar perhotelan, antara lain dalam surat Menteri Perhubungan No. 241/H/1970: Hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan (akomodasi), serta menyajikan hidangan dan fasilitas lainnya untuk umum yang memenuhi syarat *comfort* dan bertujuan komersial.

Dalam Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. PM. 10/PW. 301/Pho-77: Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum.

Menurut Dirjen Pariwisata – Deparpostel: Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan, untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan suatu definisi hotel adalah sejenis akomodasi, yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk semetara waktu dan dikelola secara komersial. Jadi hotel berfungsi sebagai suatu sarana untuk memenuhi kebutuhan tamu (wisatawan/pelancong), sebagai tempat tinggal sementara selama berada jauh daritempat asalnya.

Sebagai suatu industri jasa, usaha perhotelan dalam menyelenggarakan pelayanannya harus didukung oleh sarana dan fasilitas yang memadai, antara lain fasilitas penginapan, ruang tamu, tempat parkir, alat-alat masak, makan dan minum, rekreasi, perlengkapan telekomunikasi, tenaga kerja dan lain-lain. Sehingga usaha perhotelan benar-benar menjadi usaha komersial yang mampu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, sekaligus menunjang pembangunan negara dimana hotel itu berada.

Dalam menunjang pembangunan negara, usaha perhotelan dapat berperan aktif dalam berbagai hal, antara lain:

a. meningkatkan industri rakyat

Peranan ini dapat mewujudkan dengan adanya kebutuhan hotel akan peralatan dan perlengkapan untuk mendukung usaha pelayanan kepada tamu, antara lain mebel, bahan-bahan makanan dan minuman, bahan pakaian dan lain-lain.

b. menciptakan lapangan kerja

Usaha hotel merupakan usaha yang padat modal dan padat karya, dalam arti memerlukan modal yang besar dengan jumlah tenaga kerja yang besar pula.

Tenaga kerja dari berbagai latar belakang pendidikan dan atau pengalaman dipekerjakan dalam berbagai bagian dan jabatan.

c. membantu usaha pendidikan dan latihan

Hotel memberi peluang yang luas, baik bagi para karyawan yang baru atau yang lama, untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilannya, juga memberikan kesempatan bagi para siswa atau mahasiswa untuk berpraktek kerja. Hotel merupakan wahana yang sangat efektif dalam program alih teknologi usaha perhotelan melalui penyerapan ilmu dan teknologi serta ketrampilan praktek.

d. meningkatkan pendapatan daerah atau negara

Sebagai usaha pelayanan jasa, hotel merupakan salah satu sumber pendapatan daerah atau negara yang potensial, yaitu melalui pembayaran izin-izin, berbagai macam pajak, pembayaran listrik, air dan pembayaran-pembayaran lain baik kepada Pemerintah Daerah maupun kepada Pemerintah Pusat.

e. meningkatkan devisa negara

Hotel sebagai salah satu komponen industri pariwisata sangat berperan dalam membantu meningkatkan arus pendatang atau wisatawan asing, yang tentunya akan mempergunakan fasilitas dan pelayanan yang disediakan di negara yang dikunjunginya, dan pada gilirannya akan turut meningkatkan devisa negara.

f. meningkatkan hubungan antar bangsa

Hotel dipergunakan sebagai tempat resmi untuk menjamu tamu-tamu atau delegasi dari negara-negara asing, baik untuk keperluan konferensi, rapat lokakarya dalam lingkup asosiasi tingkat regional dan internasional, ataupun sebagai tamu negara. Semuanya akan meningkatkan hubungan antar bangsa.

2.2.3 Pengertian Harga

Perubahan yang terjadi dalam perkembangan proses pemasaran modern memasukkan harga sebagai komponen penting dalam bauran pemasaran, karena harga adalah satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedang

yang lain hanya menghasilkan biaya. Dalam membuat kebijakan penetapan harga, suatu perusahaan mengikuti suatu prosedur lima tahap :

Pertama, perusahaan memilih tujuan penetapan harganya, apa yang ingin dicapai dengan penawaran produknya (kelangsungan hidup, laba sekarang maksimum, pendapatan sekarang maksimum, pertumbuhan penjualan maksimum).

Kedua, perusahaan memperkirakan kurva permintaan, probabilitas kuantitas yang akan terjual pada tiap kemungkinan harga, semakin tidak elastis permintaannya, semakin tinggi harga yang akan dapat ditetapkan perusahaan.

Ketiga, perusahaan memperkirakan bagaimana biayanya bervariasi pada berbagai tingkat produk dan pada berbagai akumulasi pengalaman menetapkan hasil produknya.

Keempat, perusahaan menganalisa biaya, harga dan penawaran pesaing.

Kelima, perusahaan memilih dari suatu metode penetapan harga : penetapan harga mark up, penetapan harga berdasarkan pengembalian yang diharapkan, penetapan harga sesuai harga berlaku, atau penetapan harga penawaran tertutup.

Akhirnya perusahaan memilih harga akhir dengan memperhitungkan penetapan harga psikologis, pengaruh elemen bauran pemasaran lain pada harga, kebijakan penetapan harga perusahaan dan dampak harga tersebut pada pihak-pihak lain.

Perusahaan biasanya tidak menetapkan satu harga tunggal, tetapi suatu struktur harga yang mencerminkan variasi dalam permintaan dan biaya geografis, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan dan faktor-faktor lain.

Terdapat strategis adaptasi harga :

1. penetapan harga geografis, yang sering menggunakan pengaturan pertukaran;
2. diskon dan potongan harga, termasuk diskon tunai, diskon kuantitas, diskon fungsional, diskon musiman serta potongan promosi dan tukar tambah;

3. penetapan harga promosi seperti pemimpin rugi, harga peristiwa khusus, rabat tunai, pembiayaan berbunga rendah, syarat pembayaran lebih lama, garansi dan kontark jasa, serta diskon psikologis;
4. penetapan harga diskriminatif, yaitu perusahaan menjual suatu produk pada harga berbeda untuk segmen pasar yang berbeda berdasarkan segemen pelanggan, bentuk produk, citra, lokasi atau waktu;
5. penetapan harga bauran produk yang mencakup penetapan harga untuk lini produk, tampilan pilihan, produk pelengkap, produk sampingan dan bundel produk.

Bagi perusahaan faktor-faktor penting yang berkaitan dengan permintaan dan mempengaruhi posisi pasar. Dari sudut pandang konsumen. Harga seringkali dijadikan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Menurut Basu Swastha (1996:241) mendefinisikan bahwa, Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Sedangkan menurut Alex. S. Nitisemito (1995:241) mendefinisikan bahwa, Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang disebut dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut, seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki pada pihak lain.

Setelah mempelajari dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian harga yang dimaksud adalah alat untuk mengukur suatu nilai yang terkandung dari suatu barang atau jasa beserta pelayanan yang mengikutinya. Sedangkan alat pertukaran yang digunakan adalah uang. Uang dipakai sebagai alat pertukaran antara penjual yang menawarkan barang atau jasanya dengan pembeli yang membutuhkan barang atau jasa tersebut untuk pemuasan kebutuhannya.

2.2.4 Peranan Harga

Menurut Tjiptono (1997:152), harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pembeli, yaitu.

1. peranan alokasi harga

yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai alternatif yang tersedia kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

2. peranan informasi dari harga

yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang tinggi pula.

2.2.5 Kebijaksanaan Harga

Menurut Kotler (1991:241) dikatakan bahwa "Price Police merupakan sesuatu gerakan harga pada suatu masa tertentu yang dapat mendukung tujuan-tujuan penjualan dan laba tertentu". Sedangkan William J. Station dalam bukunya Prinsip Pemasaran disadur Lamorto (1996:350) menyatakan "kebijaksanaan harga adalah pedoman bagi manajemen yang diperlukan untuk membuat keputusan mengenai harga untuk waktu yang akan datang apabila situasi menuntutnya".

Dari dua pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kebijaksanaan harga merupakan suatu kebijakan perusahaan mengenai harga yang selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan dan situasi pasar secara keseluruhan. Sedangkan Tjiptono (1997:152) menyatakan ada empat tujuan penetapan harga, yaitu.

1. tujuan berorientasi pada laba
yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memiliki harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi.
2. tujuan berorientasi pada volume
yaitu bahwa perusahaan menetapkan harga sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, didalam perhotelan dikenal dengan istilah penjualan sewa kamar atau tingkat hunian.
3. tujuan beorientasi pada citra
yaitu bahwa perusahaan menetapkan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.
4. tujuan stabilitas harga
yaitu bahwa perusahaan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

Menurut Swastha (1996:169) kebijakan harga dapat dibagi sebagai berikut :

1. potongan dan penghargaan
merupakan hasil pengurangan dari harga yang ada dalam bentuk uang tunai atau bentuk lain.
2. penetapan harga geografis
penetapan harga yang didasarkan batas geografis pasar, letak fasilitas produksi dan kuatnya persaingan pada daerah pasar yang bermacam-macam. Penetapan harganya dengan mempertimbangkan juga ongkos angkut barang kepada pembeli.
3. kebijaksanaan satu harga dan harga variabel
kebijakan suatu harga adalah kebijakan harga dengan menentukan harga yang sama untuk satu barang dalam jumlah yang sama dengan syarat penjualan yang sama pula. Sedangkan pada kebijaksanaan yang variabel adalah menetapkan harga yang berbeda pada pembeli yang membeli barang atau jasa dalam jumlah yang sama.

4. penetapan harga per unit
kebijaksanaan harga untuk melayani penjualan eceran, misalnya yang memberikan harga yang lebih murah pada pembelian barang dengan ukuran besar daripada barang yang berukuran kecil dengan jenis yang sama.
5. penetapan harga pada beberapa macam barang
penetapan harga ini berhubungan dengan produk line yang ditawarkan, dengan memperhatikan ukuran, kualitas, merek dan mempertimbangkan segi biaya dan segi permintaan pasar. Penetapan harga pada salah satu produk line harus mempertimbangkan harga dari kelompok barang lainnya.
6. *price line*
banyak digunakan oleh pengecer, yaitu dengan menentukan beberapa tingkatan harga barang yang dijual. Bagi calon pembeli ini akan memudahkan mereka dalam membeli sesuai dengan jumlah uang yang dimiliki.
7. mempertahankan harga penjualan ulang
digunakan untuk pengawasan terhadap harga eceran dipasaran, bentuknya adalah dengan memberikan daftar harga sesuai dengan pedoman bagi pengecer, sehingga pengecer akan mudah menghitung potongan yang diterimanya.
8. penetapan harga pengenalan
maksudnya untuk menarik lebih banyak pembeli dan mereka bersedia kembali pada penjual tersebut, sehingga harga diturunkan.
9. garansi dan penurunan harga
diberikan kepada pembeli yang akan menjual lagi (penyalur) dan digunakan untuk barang yang permintaannya berfluktuasi menurut musim (misal : buah-buahan) sehingga perantara seringkali berspekulasi dalam persediaan, bila harga naik ia memperoleh laba, sedangkan bila harga turun tetap memperoleh jaminan dari produsen.

10. penetapan harga psikologis

umumnya dipergunakan oleh pengecer, dengan menetapkan harga yang berangka ganjil, dengan maksud untuk memberikan kesan pada konsumen bahwa uang yang akan dikeluarkan lebih kecil.

11. penetapan harga dan persaingan bukan harga

dalam menghadapi persaingan akan muncul dua pilihan yaitu apakah menitikberatkan pada persaingan harga atau persaingan pada bukan harga. Persaingan harga bisa dengan menurunkan atau bahkan dengan menaikkan harga, tergantung pada kondisi perusahaan pada saat dalam persaingan. Sedangkan dalam persaingan bukan harga yaitu dengan memperhatikan tingkat harga, dengan diikuti oleh kebijaksanaan pengawasan harga. Untuk mencegah perantara menggunakan harga tersebut sebagai persaingan langsung, dengan menggunakan kualitas jasa yang ditawarkan.

2.2.6 Pengertian Potongan

Munurut Mc. Carthy dan Perreault (1995:170) dalam Intisari Pemasaran mengatakan bahwa, Potongan atau discount adalah pengurangan atau reduksi dari harga pedoman yang diberikan oleh seorang penjual kepada pembeli yang tidak menikmati bebrapa layanan pemasaran tertentu atau menyediakan layanan itu sendiri.

Setelah diketahui pengertian harga dan potongan sehingga dapat diperoleh gambaran tentang apa yang sebenarnya dimaksud dengan potongan harga (*price discount*). Dengan menggabungkan pengertian potongan dan harga, maka yang dimaksud dengan potongan harga adalah potongan yang diberikan oleh penjual dalam bentuk pengurangan harga jual yang harus dibayar oleh para pembeli.

Alex.S. Nitisemito (1995:240) dalam bukunya Marketing mengatakan bahwa, potongan harga merupakan pengurangan dari harga sebenarnya yang diberikan kepada pembeli yang bersedia melakukan sesuatu yang ditetapkan oleh perusahaan.

2.2.7 Pengertian Potongan Harga

Dari definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa potongan harga (*price discount*) adalah merupakan kebijaksanaan di bidang harga yang didalamnya terkandung maksud tertentu untuk meningkatkan volume penjualan sehingga nantinya keuntungan yang diterima perusahaan juga meningkat.

Tiap perusahaan melakukan sesuatu kebijaksanaan yang berbeda-beda dalam menentukan besarnya potongan (*discount*). Setiap perusahaan akan berusaha untuk menetapkan harga jual yang dapat diterima oleh konsumen, tanpa harus mengorbankan keuntungan perusahaan. Dengan membuat sedikit modifikasi terhadap harga dasarnya sebagai imbalan kepada konsumen terhadap hal-hal tertentu.

Potongan harga tersebut merupakan pengurangan dari harga yang ada, yang dapat berbentuk tunai atau konsesi lainnya. Hal ini dilakukan untuk mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan atau produsen lain.

2.2.8 Tujuan Pemberian Potongan Harga

Menurut Alex. S. Nitisemito (1995:76), tujuan pemberian potongan harga (*discount*) adalah.

1. mendorong pembelian dalam jumlah besar;
2. mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek;
3. mengikat langganan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.

Penjelasan.

1. mendorong pembelian dalam jumlah besar.

Tujuan dari potongan harga ini adalah mendorong terjadinya perubahan pola pembeli agar membeli dalam jumlah yang lebih besar atau banyak. Misalnya dengan memberikan *cummulative quantity discount*, meskipun keuntungan per unit turun, tetapi permintaan barang meningkat sehingga diharapkan dapat memberi keuntungan yang lebih secara total.

2. mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek.

Pembelian yang dilakukan secara kredit atau deposit dapat dirangsang dengan potongan harga agar waktu pembayarannya diperpendek.

3. mengikat langganan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.

Usaha perusahaan untuk menjaring dan menjaga hubungan dengan langganan agar menjadi langganan tetap, salah satunya dengan cara memberikan potongan harga. Dengan demikian langganan akan mendapatkan imbalan keuntungan dan merasa senang, sehingga tidak ingin meninggalkan perusahaan.

Keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pemberian diskon untuk mendorong terjadinya perubahan pola pembeli agar membeli dalam jumlah yang lebih besar secara kontan atau kredit dengan waktu pembayaran yang diperpendek. Disamping itu dengan pemberian diskon ini maka para konsumen (langganan) tidak berpindah ke perusahaan lain, karena perusahaan telah mengikat langganan dan menjaga hubungan dengan langganan agar menjadi langganan tetap. Dengan demikian langganan akan mendapatkan imbalan keuntungan dan merasa senang, sehingga tidak ingin meninggalkan perusahaan.

2.2.9 Bentuk-bentuk Potongan Harga (*discount*)

Menurut pendapat Basu Swastha (1996:169), bentuk-bentuk potongan harga adalah.

1. Potongan kuantitas (*quantity discount*);
2. Potongan dagang (*trade functional discount*);
3. Potongan tunai (*cash discount*);
4. Potongan musiman (*seasonal discount*);
5. Penghargaan promosi (*promotional allowance*);
6. Penghargaan komisi (*brokerage allowance*);
7. Penghargaan barang (*product allowance*).

Keterangan:

1. Potongan kuantitas (*quantity discount*).

Adalah potongan harga jual bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Potongan ini dimaksudkan untuk memberi rangsangan pada pelanggan untuk membeli lebih banyak sehingga omzet penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan. Menurut Basu Swastha (1996:74), potongan kuantitas adalah potongan harga yang ditawarkan oleh penjual agar konsumen bersedia membeli dalam jumlah yang lebih besar atau bersedia memusatkan pembeliannya pada penjual tersebut. Potongan yang diberikan dapat berupa satuan rupiah atau satuan barang. Hotel dapat melaksanakan *quantity discount* pada konsumen yang membeli produk atau jasa perusahaan secara berulang-ulang sehingga dapat mengikatnya untuk menjadi pelanggan. *Quantity discount* dapat diberikan dalam bentuk :

a. *Non Cumulative Quantity Discount*

Adalah pengurangan dari harga yang ada bagi pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu. Potongan ini dapat mendorong pesanan yang lebih besar dan penerapannya dapat ditentukan dengan menggunakan prosentase. Potongan ini lebih menekankan usaha merangsang pembelian dalam jumlah besar pada satu kali pembelian daripada serangkaian pembelian.

b. *Cummulative Quantity Discount*

Adalah potongan harga yang didasarkan pada volume total yang dibeli selama satu periode tertentu. Cara ini dapat mengikat pembelian untuk membeli berkali-kali pada penjual yang sama. Jadi penjual yang menggunakan potongan ini bertujuan menciptakan langganan.

2. Potongan dagang (*trade functional discount*).

Adalah potongan yang diberikan kepada seseorang pembeli karena kedudukan dalam suatu saluran distribusi (agen, grosir, pengecer) yang ikut memasarkan produk-produk ini digunakan untuk mengkompensasikan langganan yang harus memasarkan produk perusahaan.

3. Potongan tunai (*cash discount*).

Adalah potongan yang diberikan kepada pembeli atas pembayaran rekeningnya pada suatu periode tertentu dan mereka melakukan pembayaran tepat pada waktunya. Potongan ini diberikan dengan tujuan agar pembeli terdorong untuk melakukan pembelian dengan tunai atau dengan tempo yang lebih pendek, disamping itu untuk menekan biaya pengumpulan biaya piutang.

4. Potongan musiman (*seasonal discount*).

Adalah potongan yang diberikan kepada pembeli yang melakukan pembelian diluar musim tertentu. Penetapan potongan harga ini tergantung dari penjual itu sendiri.

5. Penghargaan promosi (*promotional allowance*).

Adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang ikut melakukan usaha promosi. Potongan ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan kerjasama promosi dari reseller. Misalnya pembeli yang bersedia membeli sepeda motor merk tertentu diberi dengan cara cuma-cuma sebuah jaket dengan merk sepeda motor yang dibelinya.

6. Penghargaan komisi (*brokerage allowance*).

Penetapan potongan harga jenis ini, didasarkan pada volume penjualan. Potongan ini diberikan kepada makelar atau perantara sebagai balas jasa atas terjualnya barang kepada pembeli.

7. Penghargaan barang (*product allowance*).

Adalah sejumlah pengurangan dari harga jual semestinya yang diberikan kepada pembeli karena bersedia membeli barang dalam kondisi tidak normal, misalnya pembelian barang yang belum selesai, ukurannya tidak tepat, warnanya sudah luntur atau rusak.

2.2.10 Pelayanan

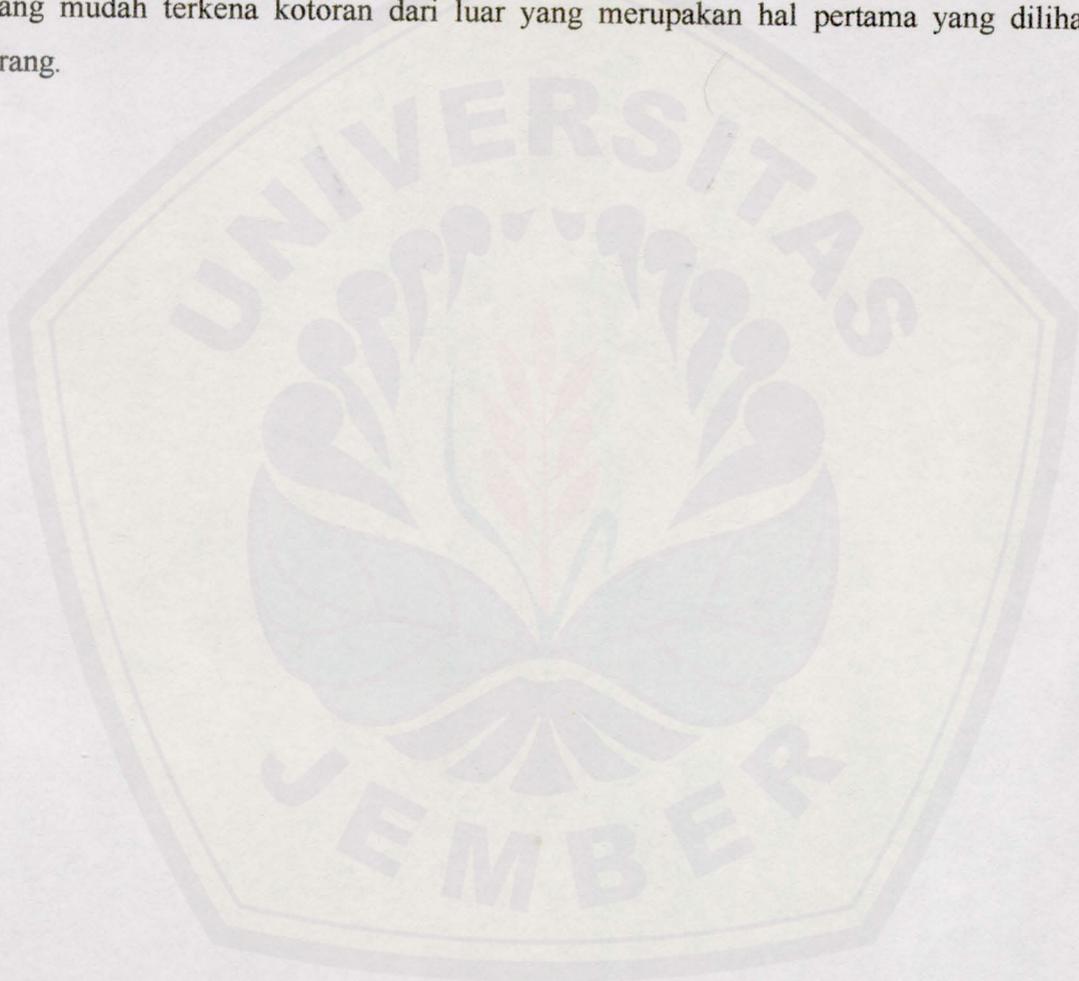
Pada sub bab ini akan diuraikan pelayanan sebagai landasan teori yang mendukung teori potongan harga sehingga dapat memberikan masukan pada pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan.

Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa persewaan kamar hotel. Produk utama hotel adalah jasa akomodasi bagi para pengunjung yang membutuhkan tempat menginap, serta produk yang dimiliki hotel berupa penyediaan fasilitas yang dibutuhkan pengunjung selama menginap, serta produk yang dimiliki hotel. Fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu diperhatikan tingkat kebersihannya, juga macamnya.

Keseluruhan sarana fisik fasilitas, mutu produk dan pelayanan serta sikap dan tingkah laku pemimpin serta karyawan hotel merupakan satu kesatuan jasa yang membentuk produk hotel. Walaupun hotel mempunyai fasilitas yang modern serta kamar-kamar yang mewah, namun jika tidak disertai dengan pelayanan dan sikap dari pemberi layanan yang baik tentu akan memuaskan konsumen, seperti yang dikemukakan Philip Kotler (1996:137) bahwa para pelanggan tidak hanya menginginkan jasa pelayanan saja, tetapi juga dalam tingkat dan kuantitas tertentu. Jadi jelas bahwa perusahaan manapun harus meneliti tingkat pelayanannya sendiri dari pesaing, sehingga apakah yang dilakukan selama ini telah memenuhi harapan konsumen. Perusahaan dapat melihat kekurangan melalui berbagai cara seperti menyediakan kotak saran atau sistem penyelesain keluhan maka tindakan bukan berupa memperkecil kebiasaan mengeluh, tapi justru memperbesar kesempatan bagi pelanggan untuk mengeluh sehingga perusahaan menyadari apa yang selama ini dilakukan dan apakah konsumen yang kecewa sudah puas dengan perbaikan yang diadakan perusahaan.

Selain itu lamanya pelayanan yang diberikan serta waktu yang dihabiskan untuk memperoleh layanan perlu diperhatikan, karena semakin cepat sesuatu pelayanan akan semakin baik. Meskipun suatu hotel telah meyakini bahwa pelayanan yang diberikan selama hotel berdiri dianggap baik namun tentu saja pihak hotel harus

meningkatkan mutu dan kualitas dari pelayanan serta dari kebersihan hotel tersebut. Pelayanan tersebut dapat berupa kepentingan konsumen selama menggunakan fasilitas didalam hotel atau juga dalam proses *check in* atau *check out*. Pelayanan lain yang dapat diberikan hotel terhadap konsumen adalah dengan memperhatikan masalah kebersihan dan perlengkapan hotel mapun fasilitas yang ditawarkan baik yang dari dalam dan dari luar lokasi yang meliputi : kebersihan kamar mandi, serambi yang mudah terkena kotoran dari luar yang merupakan hal pertama yang dilihat orang.





III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Menurut Feisal (1992:20), penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang mengeksplorasi dan klasifikasi mengenai fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

Dari pendapat di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini bermaksud untuk mengadakan akumulasi data, memberi gambaran terhadap suatu fenomena yang terjadi dan untuk membuat perkiraan untuk mendapatkan kesimpulan dari masalah yang akan dipecahkan.

Penelitian deskriptif ini digunakan untuk maksud.

1. korelasional
yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.
2. penjelasan
yaitu penelitian untuk menjelaskan pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas.

3.2 Obyek Penelitian

Dalam usaha memperoleh data dilakukan penelitian dengan menitikberatkan pada bidang marketing sehingga responden yang dipilih adalah manajer pemasaran dan karyawan terkait yang dapat menjelaskan atau memberikan informasi mengenai kebijaksanaan potongan harga pada perusahaan.

3.3 Jenis Data

1. data primer adalah suatu data yang diusahakan sendiri oleh peneliti dengan cara melakukan observasi dan wawancara dengan pihak perusahaan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, yang meliputi data sejarah perusahaan, data tingkat hunian kamar, data potongan harga, data harga kamar dan kelas kamar, pendidikan karyawan, peraturan-peraturan hotel.
2. data sekunder adalah data yang memperkuat data primer yang bersumber dari literatur, dokumen-dokumen dan arsip yang berkaitan dengan tema penelitian, yang meliputi data organisasi manajemen hotel sulawesi, data tugas-tugas karyawan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu metode pengambilan data dengan cara melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek penelitian.

b. Wawancara (Interview)

Yaitu metode pengambilan data dengan cara bertanya langsung pada pihak terkait yang mempunyai hubungan langsung dengan masalah yang akan diteliti dalam penyusunan skripsi ini.

c. Dokumentasi

Yaitu metode pengambilan data dengan cara menggunakan dokumen sebagai sumber data.

3.5 Metode Analisis Data

1. untuk mengetahui kebijaksanaan harga yang dilakukan perusahaan maka digunakan analisis data dengan menggunakan metode yang tidak menggunakan matematik atau statistik, akan tetapi dengan cara melaporkan dan menggambarkan masalah-masalah yang terjadi dan faktor-faktor sebagaimana adanya;

2. untuk mengetahui keeratan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam hal ini adalah potongan harga dan volume hunian kamar maka digunakan metode analisis korelasi yang rumusnya sebagai berikut (Algifari, 1997: 139) :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi;
 n = jumlah data observasi;
 X = potongan harga;
 Y = volume hunian kamar.

Dengan interpretasi besar r sebagai berikut :

1. $r = +1$, ini berarti hubungan dua variabel positif sempurna, artinya tiap kenaikan X selalu disertai kenaikan pada nilai Y.
2. $r = -1$, ini berarti hubungan dua variabel negatif sempurna, artinya tiap kenaikan nilai X selalu disertai dengan penurunan yang seimbang pada nilai Y.
3. $r = 0$, ini berarti antara dua variabel yang satu terhadap variabel yang lain tidak ada hubungan sama sekali.
4. r mendekati $= 1$, ini berarti hubungan sempurna positif artinya setiap kenaikan variabel X selalu diikuti variabel Y sehingga dapat dikatakan bahwa antara dua variabel mempunyai hubungan yang sangat kuat.
5. r mendekati $= -1$, ini berarti hubungan yang sempurna negatif artinya setiap kenaikan variabel X selalu diikuti penurunan variabel Y.
6. r mendekati $= 0$, ini berarti kedua variabel mempunyai hubungan yang lemah atau bisa dikatakan tidak mempunyai hubungan.

3. untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan metode analisis regresi yang rumusnya sebagai berikut (Algifari, 1997:134) :

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b\Sigma X}{n}$$

$$b = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X\Sigma Y}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

dimana :

a = bilangan konstanta;

b = koefisien korelasi (kenaikan atau penurunan taksiran nilai Y apabila X berubah satu unit);

Y = volume penjualan;

X = potongan harga.

untuk menguji pengaruh secara partial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t yang rumusnya sebagai berikut (Supranto, 1991:230):

$$t_{hitung} = \frac{\beta}{\delta\beta}$$

dimana:

β = koefisien regresi;

$\delta\beta$ = standart deviasi dengan derajat keyakinan 95%.

Perumusan hipotesis disusun sebagai berikut :

Ho : $\beta_0 = 0$ artinya variabel bebas (variabel X) secara partial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (variabel Y).

Hi : $\beta_0 = 0$ artinya variabel bebas (variabel X) secara partial berpengaruh terhadap variabel terikat (variabel Y).

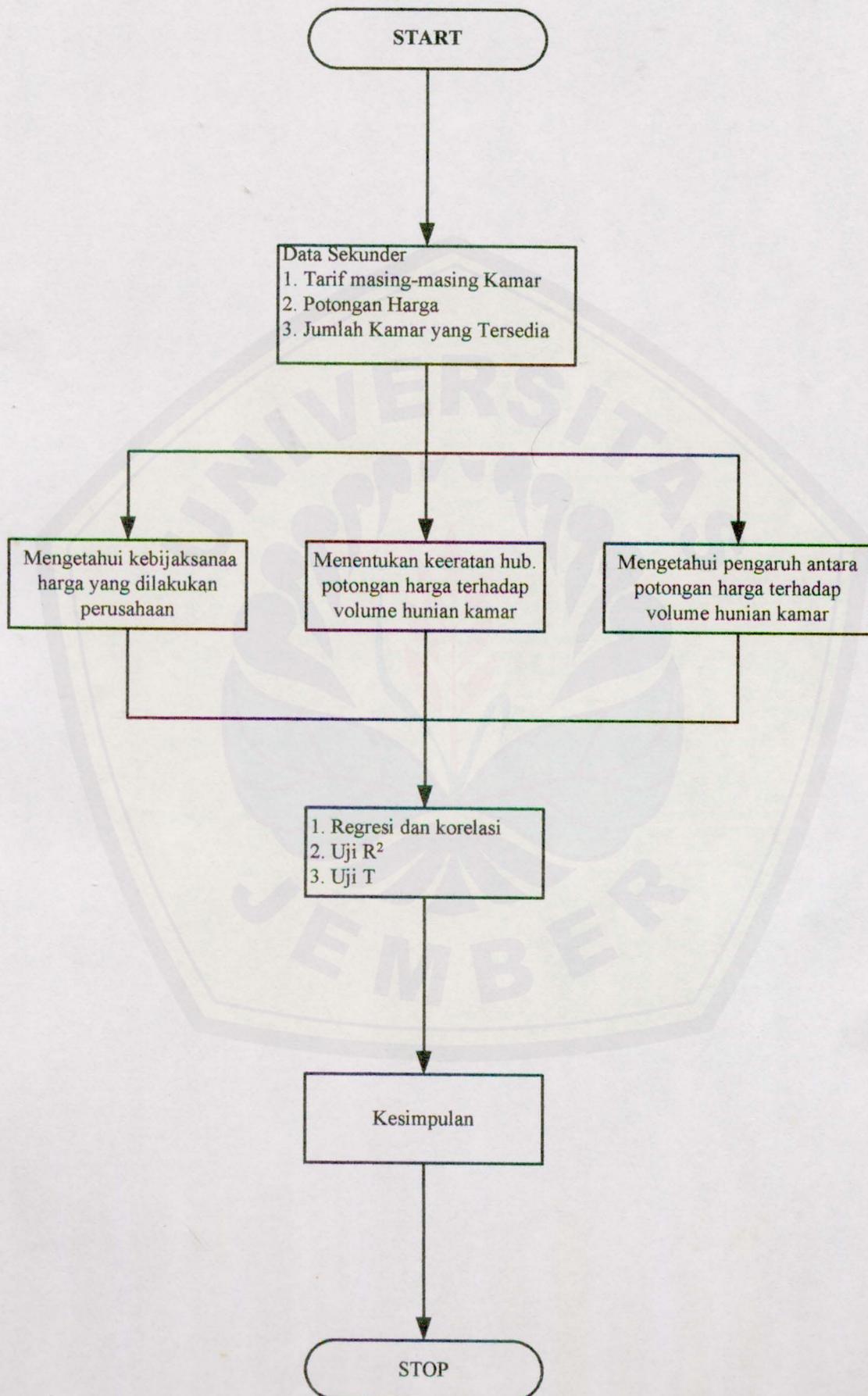
Kriteria Pengujian :

1. H_0 ditolak jika $t_{\alpha} \geq t_{test}$, dengan kata lain variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat;
2. H_1 diterima jika $t_{\alpha} \leq t_{test}$, dengan kata lain variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

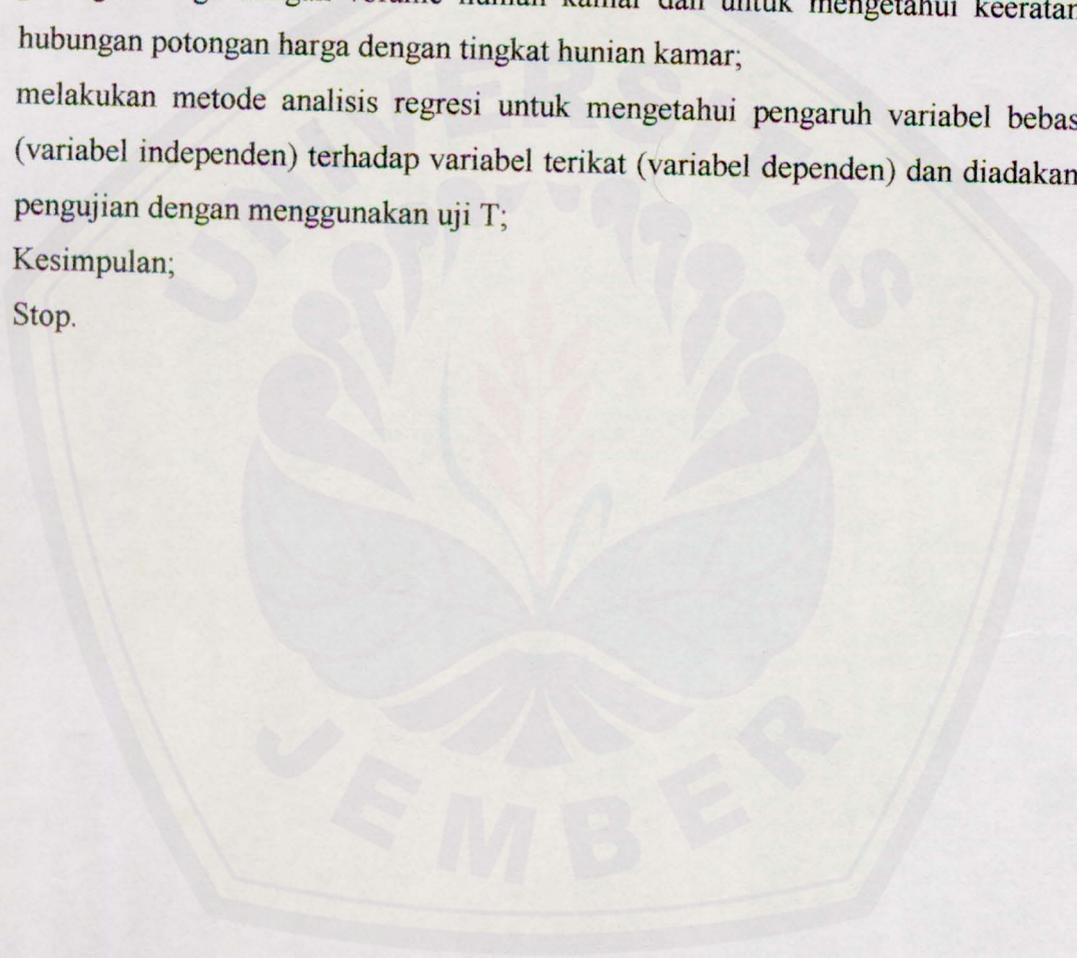
3.6 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya

1. potongan harga sebagai variabel bebas, yaitu reduksi dari harga pedoman dengan maksud untuk meningkatkan penjualan unit kamar.
2. volume hunian kamar sebagai variabel terikat, yaitu reduksi dari jasa yang dijual atau disewakan oleh hotel kepada konsumen.
indikatornya adalah realisasi penjualan unit kamar per triwulan selama 2001 – 2002.

.7 Kerangka Pemecahan Masalah



3.8 Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah

1. langkah pertama adalah mengumpulkan data-data yang diperlukan dengan cara melakukan observasi dan wawancara terhadap individu dari obyek yang diteliti mengenai tarif masing-masing kamar yang tersedia, potongan harga yang ditetapkan oleh perusahaan dan jumlah kamar yang dimiliki;
 2. dengan adanya data tersebut kita dapat segera mengetahui besar pengaruh antara potongan harga dengan volume hunian kamar dan untuk mengetahui keeratan hubungan potongan harga dengan tingkat hunian kamar;
 3. melakukan metode analisis regresi untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen) dan diadakan pengujian dengan menggunakan uji T;
 4. Kesimpulan;
 5. Stop.
- 

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN



4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Sebelum Hotel Sulawesi Jember berdiri, tanah dimana Hotel Sulawesi saat ini didirikan adalah sebuah bukit yang secara sekilas tidak berprospek sama sekali, sehingga pada waktu bukit tersebut dibeli oleh Bapak Ramli Muhammad (*owner*) harganya relatif cukup murah. Kemudian bukit tersebut diratakan sehingga layak untuk didirikan bangunan di atasnya.

Setelah melalui proses perencanaan yang cukup matang maka dimulailah pembangunan Hotel Sulawesi yang melibatkan ratusan orang. Setelah kurang lebih setahun maka berdirilah Hotel Sulawesi, tepatnya di jalan Letjend. Suprpto No. 48 Jember.

Pada waktu itu jumlah kamar yang ada adalah 40 kamar dengan perincian 2 kamar *Suite*, 8 *Superior*, dan 30 *Standart* ditambah dengan *hall* utama dan restoran. Mengenai jumlah karyawan tidak banyak mengalami perbedaan yaitu kurang lebih 70 orang.

Awal Maret 1997 adalah *grand opening* Hotel Sulawesi dengan diskon 40% saat itu. Pada perkembangan selanjutnya harga yang ditawarkan adalah netto semuanya, satu-satunya kebijaksanaan diskon adalah hanya untuk para rohaniawan dari semua agama yaitu sebesar 50% dari harga kamar, sedangkan restoran dikembangkan sedemikian rupa sehingga pelanggan yang datang tidak hanya dari kalangan tamu saja tetapi juga dari luar hotel.

Setelah menjalankan kegiatan operasional selama kurang lebih empat tahun, Hotel Sulawesi Jember mengalami perkembangan cukup pesat baik dari segi kualitas *servicing* maupun dari peningkatan *volume customer-nya* sehingga pada tahun 2001 dilakukan pengembangan produk dan fasilitas kamarnya. Perkembangan selanjutnya, dari jumlah kamar yang ada ditambah menjadi 61 kamar dengan perincian 5 kamar

Deluxe, 2 kamar *Suite*, 24 kamar *Superior*, dan 30 *Standart*. Sedangkan untuk *hall* disamping *hall utama* juga ada *small meeting room* dengan kapasitas 20 orang. Peningkatan fasilitas kamar hotel dilakukan terutama untuk kamar *type Executive* dan *type Suite* dengan peningkatan fasilitas kamar yang telah ada menjadi lebih berkualitas. Misalnya peningkatan fasilitas peralatan dan perlengkapan mandi, peningkatan kualitas dan kapasitas kulkas, dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan perusahaan, ketrampilan karyawan juga makin ditingkatkan dengan berbagai *job training*. Kualitas dan kecepatan pelayanan juga ditingkatkan melalui pengembangan ketrampilan karyawan tersebut. Langkah-langkah tersebut merupakan tindakan strategis yang dilakukan pihak manajemen hotel untuk mewujudkan visi pendiri Hotel Sulawesi Jember untuk meningkatkan *income* dan efisiensi *cost* dengan kualitas *servicing* yang *excellent*.

Falsafah pendiri Hotel Sulawesi Jember yang diyakini bersama merupakan kunci dari keberhasilan Hotel Sulawesi Jember untuk mencapai tujuan perusahaan yang lebih dikenal dengan misi Hotel Sulawesi berbunyi "*To Serve Better*". Misi tersebut menjadi prinsip kerja yang dipercayai dapat membawa perusahaan mencapai visi dan tujuan perusahaan yang dijadikan budaya perusahaan untuk dilaksanakan dalam kehidupan kerja perusahaan sehari-hari.

Misi "*To Serve Better (Memberi Pelayanan yang Lebih Baik)*" tersebut dijabarkan dalam suatu strategi bisnis yang menjadi ciri khas budaya perusahaan Hotel Sulawesi Jember yang lebih dikenal dengan *Prinsip Kerja* Hotel Sulawesi meliputi :

1. kepuasan pelanggan

Setiap kegiatan dan aktifitas yang dilakukan oleh karyawan berorientasi kepada kepuasan dan kenyamanan tamu hotel. Hal ini berkaitan dengan kinerja Hotel Sulawesi yang bertaraf bintang dua, dengan kualitas *servicing* yang *excellent* atau dengan hotel bintang tiga.

2. kerjasama tim

Kerjasama yang saling melengkapi dan saling terkait antar bagian merupakan budaya kerja tim kami.

3. karyawan

Perusahaan kami adalah karyawan kami yang memiliki disiplin kerja yang tinggi, keinginan untuk menang, kejujuran, kepemimpinan, dan kepedulian pada nilai-nilai pelayanan.

4. proses kerja

Hasil yang efektif dan efisien sangat ditentukan oleh pemahaman atas proses kerja dan kemampuan pengembangan teknologi dalam bidang perhotelan. Hal ini diwujudkan dengan suatu sistem servicing yang *excellent* terhadap para *customer* atau tamu hotel.

5. pengembangan sumberdaya manusia

Kemampuan bersaing organisasi kami ditentukan oleh kemampuan pengembang ketrampilan kerja dan motivasi dari setiap karyawan dalam bekerja untuk pengembangan bisnis pada jangka waktu yang lama. Untuk meningkatkan dan mengembangkan ketrampilan karyawan, manajemen Hotel Sulawesi selalu mengadakan training bagi karyawannya secara periodik.

4.1.2 Struktur Organisasi

Salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan adalah menentukan struktur organisasi. Penentuan struktur organisasi yang tepat dalam arti sesuai dengan perusahaan serta aktivitas usahanya, dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas akan membantu perusahaan untuk menciptakan kerjasama yang baik diantara para karyawan maupun dengan atasan.

Struktur organisasi Hotel Sulawesi adalah berbentuk garis. Dalam bentuk organisasi garis ini kekuasaan dan tanggung jawab terletak pada masing-masing departemen, akan tetapi pemimpin tertinggi masih mempunyai wewenang

memberikan instruksi secara langsung terhadap pekerja yang paling bawah artinya bawahan masih mempunyai tanggung jawab kepada atasan secara langsung.

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1) Presiden Direktur

Tugas :

- a. melakukan pengawasan terhadap direktur serta bawahan;
- b. Mempunyai wewenang untuk meminta segala informasi yang sejelas-jelasnya mengenai keadaan hotel.

2) Direktur Utama

Tugas :

- a. Mengawasi aktivitas dan operasional hotel;
- b. Mengawasi dan memberi motivasi pada bawahannya agar *mekanisme* kerja berjalan lancar.
- c. Mengawasi penuh terhadap keberhasilan hotel;
- d. Mengawasi penuh terhadap operasional hotel secara keseluruhan;
- e. Menjaga koordinasi dan pengendalian atas rencana kerja yang telah ditetapkan;
- f. Mendelegasikan wewenang kepada masing-masing bagian;
- g. Mengambil keputusan untuk kepentingan perusahaan;

3) Kepala Bagian Personalia

Tugas :

- a. Memotivasi bawahan dalam pengoperasional hotel seperti yang direncanakan;
- b. Berkoordinasi dengan semua bagian yang menyangkut personalia;
- c. Mengevaluasi kinerja karyawan dengan baik untuk mendapatkan karier karyawan di masa yang akan datang;
- d. Memantau semua kehadiran karyawan;

- e. Membuat Laporan Evaluasi karyawan tiap bulan untuk pertimbangan *General Manager*;
- f. Membuat program untuk mengaudit aktivitas rutin/monoton setiap hari (rekreasi, olah raga, dan sebagainya);
- g. Menciptakan karyawan-karyawan terbaik setiap bulan;
- h. Menghadiri Pertemuan Pemimpin Mingguan;
- i. Mengingatkan Kepala Departemen dan General Manager tentang akan berakhirnya Kontrak Kerja Karyawan;

Membawahi : Kepala Keamanan, Penjaga Keamanan, Penjaga Parkir, Kepala Pembayaran Gaji, Kepala Bimbingan Konseling, Sopir.

4) Kepala Bagian Makanan dan Minuman

Tugas:

- a. Mengkoordinir makanan dan minuman , produk dan pelayanan makanan dan minuman;
- b. Memotivasi semua kepala seksi dan diikuti oleh bawahan untuk menciptakan pelayanan terbaik untuk mencapai kesan yang lebih baik;
- c. Melakukan inspeksi kepada semua outlet pada bagian makanan dan minuman;
- d. Mengelola pertemuan mingguan bagian makanan dan minuman;
- e. Berkoordinasi dengan koki dalam hal standart item makanan dalam hal kualitas dan spesifikasi;
- f. Berkoordinasi dengan pelayan untuk menyiapkan susunan perjamuan dan kebersihan umum pada seluruh outlet makanan dan minuman;
- g. Bekerjasama dengan bagian lain untuk mendukung Operasional Pelayanan Hotel;
- h. Memantau, mengevaluasi dan memberikan solusi tentang naik turunnya harga makanan dan minuman dari Laporan Kontrol Harga.
- i. Menghadiri Pertemuan Kepala Departemen yang diadakan setiap minggu;
- j. Menindaklanjuti komentar tamu secara akurat / seksama;

- k. Menciptakan spesialisasi rumah untuk dipromosikan;
- l. Menciptakan Paket Spesial untuk peristiwa-peristiwa kecil, dan menengah;
- m. Membuat menu makan pagi, makan siang dan makan malam.

Membawahi : Kepala Restaurant, Kepala Pelayan, Pelayanan Kopi, Penjaga Bar,
Pelayan Ruangan, Wakil Pemasak, Pemasak, Pemotong Daging.

5) Kepala Bagian Divisi Ruangan

Tugas :

- a. Mengecek kembali semua program yang dibuat Wakil direktur dan diusulkan kepada Direktur utama untuk disetujui;
- b. Bekerja secara bersama-sama dengan departemen lain agar operasional hotel berjalan sukses;
- c. Siap dalam tugas Manajer Tugas Malam jika diperlukan;
- d. Mengontrol apakah staffnya sudah melaksanakan tugas dengan baik;
- e. Mengevaluasi para staff dan memberi mereka pelatihan untuk mengembangkan ketrampilan;
- f. Melaksanakan inspeksi area secara rutin sehingga setiap masalah dapat ditangani lebih awal;
- g. Merencanakan dan mempertimbangkan semua ide yang datang dari bawahan;
- h. Menghadiri pertemuan pemimpin yang diadakan setiap minggu;
- i. Menindaklanjuti komentar tamu dengan penuh perhatian;
- j. Menciptakan kesegaran untuk mendapatkan kondisi yang lebih baik.

Membawahi : Wakil Pimpinan Bagian Depan, Penerima Tamu, Operator Telepon, Pembawa Barang, Wakil Pimpinan Bagian Pelayanan Hotel, Pelayanan Kamar, Pengganti Korden, Bagian Pencucian, Pembersih Kebun.

6) Kepala Bagian Pemasaran

Tugas :

- a. Memotivasi semua bawahan untuk bekerja secara tepat sesuai dengan rencana;
- b. Memberikan perintah rutin kepada bawahan sehingga segala sesuatunya menjadi efektif dan efisien;
- c. Menghadiri pertemuan rutin pemimpin setiap minggu;
- d. Membuat laporan sejarah tamu berdasarkan segmentasi pasar, untuk mengetahui gambaran proyeksi rencana kerja hotel;
- e. Melaksanakan pemasaran lewat telpon hari senin hingga kamis untuk memperluas pasar dan untuk menjangkau pasar;
- f. Mempromosikan hotel dengan program yang spesifik untuk meningkatkan produksi;
- g. Melakukan perjalanan ke dalam atau ke luar negeri untuk menembus dan memperluas pasar;
- h. merancang iklan yang cocok untuk mengingatkan pasar dan untuk memperluas segmen pasar;
- i. menciptakan paket kesegaran untuk menghindari kebosanan/kondisi yang monoton;
- j. Siap menjadi seorang Manajer Tugas Malam.

Membawahi : Tenaga Pemasaran, Bagian Pelayanan Untuk Tamu, Humas.

7) Kepala Bagian Keuangan

Tugas :

- a. Memotivasi semua staff dan bawahannya untuk bekerja secara tepat;
- b. Mengetahui dan menandatangani semua Daftar Permintaan Pembelanjaan, Faktur, Piutang, Rekapitulasi Daftar Gaji, dan semua yang menyangkut akuntansi;
- c. Memantau semua laporan harian, mingguan dan bulanan untuk dikoreksi dan diterima;

- d. Memberikan instruksi dan kebijakan semua staff dan bawahan yang berhubungan dengan kebijaksanaan perusahaan yang biasanya diberikan oleh Direktur Utama;
- e. Mengevaluasi Laporan Neraca untuk dilaporkan kepada Direktur Utama;
- f. Memeriksa Kas Kecil pada Kasir makanan dan minuman, Kasir depan, Kasir Umum dan pembelanjaan;
- g. Menghadiri Pertemuan Pemimpin setiap Minggu;
- h. Melakukan Pertemuan Departemental;
- i. Siap dalam tugas sebagai Manajer Tugas Malam.

Membawahi : Kasir Utama, Pemeriksa Pendapatan, Penerima Tagihan, Kasir Makanan dan Minuman, Kasir Bagian Depan, Penjaga Perpustakaan, Penjaga Toko, Bagian Pembelian, Pengontrol Harga.

8) Kepala Bagian Perlengkapan

Tugas :

- a. Memotivasi bawahan agar bekerja secara tepat;
- b. Memberikan instruksi yang diperlukan agar operasional hotel berjalan seperti yang direncanakan;
- c. Mengontrol dan mengevaluasi hasil pekerjaan seluruh pegawai;
- d. Melakukan pemeriksaan pada semua outlet yang menyangkut tanggungjawab ahli mesin;
- e. Mengontrol bahwa semua perlengkapan operasional berfungsi secara tepat (mesin, genset, pemanas, listri, pipa ledeng, lampu, TV, parabola, *sound system* dan lain sebagainya);
- f. Melaksanakan perintah kerja yang diberikan oleh Kepala Bagian secara tepat;
- g. Menghadiri pertemuan mingguan yang dikoordinasi pemimpin;
- h. Siap dalam hal tugas Manajer Tugas Malam.

Membawahi : Bagian Elektronik, Bagian Teknisi, Bagian Perawatan yang Terbuat dari Kayu.

9) Petugas Bagian Depan

Tugas :

- a. Menangani penjualan kamar hotel;
- b. Menerima atau menolak setiap penjualan kamar hotel;
- c. Mencatat semua pesanan tamu kedalam buku data tamu;
- d. Membuat laporan terhadap kamar yang terjual dan tamu-tamu yang akan check out, bekerja sama dengan kasir terhadap hasil penjualan kamar hotel.

10) Pelayan Hotel

Tugas :

- a. Mengawasi seluruh kegiatan yang menyangkut tentang keindahan, kerapian, kebersihan, kelengkapan, dan kesehatan kamar dimulai dari kamar mandi sampai kamar tidur serta ruangan-ruangan lain di dalam hotel;
- b. Membuat laporan mengenai tata graha seluruhnya terutama laporan mengenai situasi kamar kepada direktur.

11) Kepala Keamanan

Tugas :

- a. Mengawasi keamanan di lingkungan hotel;
- b. Menangani semua masalah yang berkaitan dengan keselamatan dan keamanan tamu dan karyawan hotel.

Adapun untuk memperoleh gambaran jelas mengenai struktur organisasi Hotel Sulawesi dapat dilihat pada Gambar 4.1 pada lampiran 5:

4.1.3 Ketenagakerjaan / Personalia

Personalia merupakan suatu bidang fungsional tersendiri dalam suatu organisasi yang menangani sumber daya manusia.

4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja

Untuk mengoperasikan hotel beserta semua fasilitas-fasilitasnya dibutuhkan tenaga kerja yang benar-benar profesional dalam bidangnya, sehingga tujuan manajemen dapat dicapai dengan semaksimal mungkin. Oleh karena itu, tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja manusia, sehingga perlu adanya perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengevaluasian yang cermat untuk memotivasi dan memacu semangat kerja yang optimal. Adapun tenaga kerja yang dimiliki oleh Hotel Sulawesi sebanyak 70 orang yang terdiri dari:

- a. Jumlah tenaga kerja pria 61 orang;
- b. Jumlah tenaga kerja wanita 9 orang.

Jumlah tenaga kerja per departemen secara terperinci terlihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1 : Jumlah Karyawan Per Departemen Pada Hotel Sulawesi Jember

No.	Keterangan	Jumlah		
		Pria	Wanita	Jumlah
1.	Presiden Direktur	2	-	2
2.	Direktur Utama	1	-	1
3.	Kabag. Personalia	1	-	1
4.	Bag. Personalia	1	-	1
5.	Kabag. Divisi Ruangan	1	-	1
6.	Bag. Ruangan	18	3	21
7.	Kabag. Makanan & Minuman	1	-	1
8.	Bag. Makanan dan Minuman	21	3	24
9.	Kabag. Pemasaran	1	-	1
10.	Bag. Pemasaran & Penjualan	3	-	3
11.	Kabag. Keuangan	-	1	1
12.	Bag. Keuangan	7	2	9
13.	Kabag. Perlengkapan	1	-	1
14.	Bag. Perlengkapan	3	-	3
Jumlah		61	9	70

Sumber data : Hotel Sulawesi Jember, 2003

4.1.3.2 Jam Kerja

Seperti hotel-hotel lain, Hotel Sulawesi juga mempergunakan tiga *shift* dimana tiap *shift* adalah 8 jam, yaitu :

- *Shift* I : 07.00 – 15.00
- *Shift* II : 15.00 – 23.00
- *Shift* III : 23.00 – 07.00

Hari libur dan cuti pada Hotel Sulawesi ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut :

➤ Hari Libur

Karyawan yang sudah melewati 6 (enam) hari kerja dalam satu minggu mendapat libur yang sering disebut *day out*, disusun secara bergantian setiap beberapa orang dalam satu minggu, sehingga tidak ada kekosongan karyawan.

➤ Hari Cuti

Apabila tamu hotel dalam keadaan sepi maka karyawan diperkenankan mengambil cuti, khususnya untuk karyawan yang sudah melewati masa kontrak satu tahun tetapi jika tamu hotel dalam keadaan ramai, permintaan cuti ditiadakan dengan persetujuan kedua belah pihak sehingga karyawan tidak merasa dirugikan.

4.1.3.3 Kualitas Tenaga Kerja

Kualifikasi karyawan Hotel Sulawesi Jember dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 : Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Hotel Sulawesi Jember Tahun 2003

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	2 orang	2,9 %
SLTP	4 orang	5,7 %
SLTA	45 orang	64,29 %
Diploma I	9 orang	12,86 %
Diploma III	2 orang	2,9 %
S1 / Master	8 orang	11,43 %
	70 orang	100 %

Sumber data : Hotel Sulawesi Jember 2003

Berdasarkan pada Tabel 4.2 tersebut maka kita dapat mengetahui sebagian besar tenaga kerja pada Hotel Sulawesi Jember adalah lulusan SLTA (64,29%), hal ini dikarenakan pekerjaan di Hotel Sulawesi (terutama pada tenaga kerja langsung) tidak memerlukan jenjang pendidikan yang lebih tinggi, untuk posisi jabatan asal dapat bekerja dengan baik, rapi dan cepat. Selebihnya untuk jenjang SD sebanyak 2,9%, SLTP 5,7% yang dengan pertimbangan pengalaman dan kualitas kerja yang baik, masih dipertahankan oleh manajer personalia dan tingkat perguruan tinggi (Diploma I dan Diploma III, S1 dan S2) sebanyak kurang lebih 27% untuk posisi tertentu.

Tabel 4.3 : Komposisi Karyawan Berdasarkan Masa Kerja Pada Hotel Sulawesi Jember Tahun 2003

Masa Kerja	Jumlah	Presentase
0 – 1,0 tahun	13 orang	18,57%
1,1 – 2,0 tahun	13 orang	18,57%
2,1 – 3,0 tahun	9 orang	12,86%
3,1 – 4,0 tahun	10 orang	14,29%
4,1 – 5,0 tahun	3 orang	4,29%
> 5,1 tahun	22 orang	31,43%
	70 orang	100%

Sumber data : Hotel Sulawesi Jember 2003

Berdasarkan pada tabel Tabel 4.3 tersebut dapat diketahui jumlah karyawan dengan masa kerja 0 sampai 1 tahun sebanyak 13 orang (18,57%), karyawan dengan masa kerja 1,1 tahun hingga 2,0 tahun sebanyak 13 orang (18,57%), karyawan dengan masa kerja 2,1 sampai 3,0 tahun sebanyak 9 orang (12,86%), karyawan dengan masa kerja 3,1 sampai 4,0 tahun sebanyak 10 orang (14,29%), karyawan dengan masa kerja 4,1 sampai 5,0 tahun sebanyak 3 orang (4,29%) dan sisanya sebanyak 22 orang (31,43%) masa kerjanya sudah melebihi 5,1 tahun.

4.1.3.4 Pengembangan Tenaga Kerja

Pengembangan tenaga kerja bagi perusahaan merupakan upaya untuk meningkatkan tingkat kemampuan tenaga kerjanya, agar semakin tinggi tingkat *profesionalisme* dan produktivitasnya di dalam bidangnya.

Adapun pengembangan tenaga kerja yang dilakukan oleh manajemen Hotel Sulawesi adalah dengan cara sebagai berikut :

1) Pelatihan (training class)

Yaitu pelaksanaan yang umumnya dilaksanakan untuk karyawan baru, bentuknya berupa training tentang komunikasi, etika, dan penampilan, *training* terhadap *supervisor*.

2) Training di luar perusahaan

Yaitu dengan pelatihan yang dilaksanakan di luar lingkungan perusahaan, seperti mengikuti seminar-seminar mengenai perhotelan dan pelatihan lainnya di lingkungan luar perusahaan.

4.1.3.5 Sistem Penggajian

Sistem penggajian yang berlaku di Hotel Sulawesi adalah per bulan dan diberikan setiap awal bulan yang besar kecilnya tergantung dari jabatannya masing-masing, dan disesuaikan dengan ketentuan yang ditetapkan pemerintah mengenai upah minimum yang berlaku di daerah setempat. Gaji yang diberikan terdiri dari :

- a. Gaji pokok;
- b. Tunjangan;
- c. Bonus yang diberikan per periodik.

4.1.3.6 Kompensasi

Pemberian kompensasi berdasarkan atas evaluasi pekerjaan sehingga pengaturan kompensasi dapat terlaksana dengan baik dan benar. Kompensasi yang diperoleh adalah :

- a. Asuransi keselamatan kerja;

- b. Biaya kesehatan (asal ada notanya);
- c. Bonus (bonus mingguan, bonus bulanan, dan bonus tahunan);
- d. Tunjangan (tunjangan jabatan dan tunjangan anak);
- e. Kenaikan gaji yang didasarkan atas tingkat hunian kamar.

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

Bentuk dan macam pelayanan yang ada pada Hotel Sulawesi Jember adalah sebagai berikut :

4.1.4.1 Proses Check In

Tamu yang *Check in* pada dasarnya dibagi dua, yaitu :

1. tamu yang *check in* berdasarkan reservasi atau booking terlebih dahulu.

Setelah kita menerima *reservasi* atau *bookingan* maka langkah selanjutnya adalah mengblok kamar-kamar yang dipesan itu di *reservation chart* pada tanggal yang diinginkan. Tamu yang *booking* ini juga dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu :

- a. Tamu dinas, yaitu tamu-tamu yang di-*bookingan* oleh instansi atau perusahaan tertentu. Pada saat penerimaan reservasi ini, *reception* harus menanyakan tentang pembayarannya (ditanggung perusahaan atau bayar sendiri), jam berapa akan *check in*, berapa lama tinggal, penanggung jawab atau nomor telepon yang bisa dihubungi dan apabila pemesanan dilakukan dalam jumlah banyak maka harus dimintakan deposit atau uang muka kurang lebih 70% dari total biaya dan apabila terlalu banyak kamar yang dipesan maka diberi batas waktu *check in* yaitu sampai pukul 19.00 BBWI. Kalau pada jam tersebut tidak datang maka kamar akan dijual ke orang lain.
- b. Tamu *non* dinas, yaitu tamu yang pesan atas kehendak sendiri, dan prosedur yang dipakai dalam penerimaan *booking* tamu dinas juga diterapkan dalam golongan tamu ini.

2. tamu yang langsung datang untuk *check in*, yaitu tamu yang sifatnya insidental dalam arti mereka *check in* secara langsung tidak melalui pemesanan terlebih dahulu.

Pada waktu *check in* maka prosedur-prosedur yang harus dilakukan oleh *reception*, adalah :

- a. mengucapkan *greeting*;
- b. menanyakan kepada tamu tersebut apakah mereka sudah pesan atau belum;
- c. kalau memang sudah pesan maka harus dilihat dulu apakah mereka bayar sendiri atau dibayari oleh instansi tertentu, kalau memang menurut reservasi mereka dibayari maka cukup kita minta tanda pengenal saja, tetapi kalau tidak, maka disamping tanda pengenal harus juga diminta deposit atau uang mukanya;
- d. untuk tamu yang belum pesan maka juga harus minta deposit atau uang muka dan tanda pengenalnya;
- e. menanyakan kepada tamu berapa lama mereka akan tinggal;
- f. membuat kupon *breakfast*;
- g. tamu harus menanda tangani buku *registrasi*;
- h. setelah tamu masuk kamar, maka langkah selanjutnya semua departemen harus diberitahu dan *reception* membuat *bill* atau kuitansi rekening kamar;
- i. untuk selanjutnya *bill* dan tanda pengenal serta formulir registrasi dijadikan satu.

4.1.4.2 Proses Check Out

Pada waktu *check out* maka prosedur-prosedur yang harus dilakukan oleh *reception* dan kasir adalah :

- a. Mengecek kamar apakah ada snack atau fasilitas mini bar yang terkonsumsi, disamping juga mengecek peralatan-peralatan kamar;
- b. Menagih semua transaksi yang ada;

- c. Kalau tamu yang check out tersebut adalah tamu yang dibayari, maka cukup kita minta tanda tangan saja.

Pada Hotel Sulawesi proses check outnya pukul 13.00 BBWI. Apabila tamu tersebut menyelesaikan check out setelah batas waktu check out, yaitu pukul 16.00 BBWI maka akan dikenakan tambahan biaya sebesar 30% dari tarif kamar dan apabila pada pukul 19.00 BBWI akan dikenakan biaya tambahan sebesar 50% dari tarif kamar yang berlaku.

4.1.6.3 Fasilitas Hotel

Pada Hotel Sulawesi terdapat fasilitas utama dan fasilitas penunjang. Fasilitas utama menyangkut penyediaan kamar dengan segala fasilitas yang ada didalamnya. Sedangkan fasilitas penunjang terdiri dari fasilitas-fasilitas hotel lainnya yang melengkapi fasilitas utama. Fasilitas atau produk utama hotel dibedakan menjadi dua jenis antara lain :

1. produk utama

Produk utama Hotel Sulawesi sebagai perusahaan jasa adalah jasa penyewaan kamar beserta segala fasilitas yang disediakan.

Adapun jenis/tipe kamar serta tarif yang ditawarkan oleh Hotel Sulawesi akan ditunjukkan tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4 : Jenis dan Tarif Kamar yang Berlaku Di Hotel Sulawesi Di Jember

No.	Jenis Kamar	Kapasitas Maksimal	Harga Kamar	Jumlah Kamar
1.	Standart	2 orang	Rp. 125.000,-	30 unit
2.	Superior	2 orang	Rp. 150.000,-	24 unit
3.	Deluxe	2 orang	Rp. 250.000,-	5 unit
4.	Suite	2 orang	Rp. 300.000,-	2 unit
5.	Extra Bed		Rp. 50.000,-	

Sumber data : Hotel Sulawesi Jember 2003

Fasilitas yang diberikan pada tiap kamar adalah

1. Type Executive Suite Room

Fasilitas-fasilitas yang diberikan tempat tidur king size, sofa satu set, TV, meja makan, kulkas, telepon, pemanas air, kamar mandi bath tub, 2 botol Aqua free, bunga dan buah bila ada reservasi.

2. Type Deluxe Room

Fasilitas-fasilitas yang diberikan tempat tidur king size, 1 meja dan 1 sofa, TV, meja makan, telepon, kulkas, kamar mandi bath tub, 2 botol Aqua free, bunga bila ada reservasi.

3. Type Superior Room

Fasilitas-fasilitas yang diberikan tempat tidur single dan double, 1 meja kecil dan 1 sofa, TV, telepon, kulkas, kamar mandi bath tub, 2 botol Aqua free.

4. Type Standart Room

Fasilitas-fasilitas yang diberikan tempat tidur double, TV, kulkas, telepon, kamar mandi bath tub, 2 botol Aqua free.

2. produk penunjang / sampingan

Produk penunjang / sampingan yang tersedia adalah berupa :

- a. *Coffee Shop* Gorontalo;
- b. Faximile;
- c. Program TV lokal dan parabola;
- d. Video Movie (*action, classic, romantic movie*);
- e. *Electronic Draft Capture* (mesin kartu kredit);
- f. Telepon lokal, interlokal, dan internasional;
- g. Lobby untuk bersantai;
- h. *Breakfast* yang harganya sudah termasuk harga kamar;
- i. *Laundry service*;
- j. Area parkir yang luas dan aman dengan penjagaan 24 jam;
- k. *Small meeting room* dan *Hall* yang mewah;

1. Jasa *morning call* untuk tamu yang ingin dibangunkan pada jam yang dikehendaki oleh tamu.

4.1.5 Pemasaran

4.1.5.1 Kebijakan Harga pada Hotel Sulawesi Di Jember

Menentukan harga yang setepat-tepatnya untuk suatu produk merupakan suatu pekerjaan yang sangat sulit bagi perusahaan. Pertimbangan-pertimbangan serta tujuan penetapan harga harus diperhatikan.

Dalam menetapkan harga sebagai pedoman adalah ditentukan harga dari kelas terendah samapai kelas tertinggi, yaitu dengan memperhitungkan biaya untuk tiap-tiap jenis kamar termasuk pajak, service dan laba yang diinginkan.

Adapun kebijaksanaan harga yang dilakukan oleh Hotel Sulawesi adalah.

- a. Potongan Harga
Diberlakukan pada konsumen biasa dan kepada biro perjalanan yang membawa tamu menginap di Hotel Sulawesi.
- b. Bonus Khusus
Diberikan pada periode tertentu, biasanya pada saat sepi pengunjung, contoh bagi tamu yang menginap dengan total pembayaran minimal Rp. 500.000,- diberi tambahan menginap 1 hari gratis.
- c. Pemberian Hadiah (Door price)
Diberikan pada saat tahun baru dan hari raya, lebih bersifat promosi karena ditujukan kepada konsumen yang memanfaatkan semaksimal mungkin fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Sulawesi.
- d. Pemberian Paket
Diberikan pada konsumen pada periode tertentu dengan harga tertentu pula. Misalnya paket meeting, paket seminar, paket pernikahan, dan paket pelajar.

4.1.5.2 Promosi

Konsumen Hotel Sulawesi tidak terbatas hanya tamu domestik tetapi juga tamu yang berasal dari mancanegara. Untuk meningkatkan jumlah konsumen dimasa yang akan datang, Hotel Sulawesi mengadakan kerjasama dengan beberapa biro perjalanan. Selain itu juga dilakukan promosi untuk lebih mengenalkan Hotel Sulawesi kepada para konsumen.

Adapun bentuk-bentuk promosi yang dilakukan adalah melalui :

- a. Media cetak;
- b. Mendirikan gapura bertuliskan Hotel Sulawesi disepanjang *double way* jalan Gajah Mada Jember;
- c. Mendirikan papan reklame disetiap jalan memasuki kota jember;
- d. Radio;
- e. Penyebaran kartu nama setiap kali ada tamu dengan harapan informasi tentang keberadaan Hotel Sulawesi akan tersebar dari mulut ke mulut.

4.1.5.3 Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang digunakan oleh Hotel Sulawesi ada 2 macam yaitu :

- 1) Langsung, yaitu tamu datang sendiri ke hotel atau melalui telepon,

Produsen —————> Konsumen

- 2) Tidak langsung, yaitu melalui perantara trevel agent,

Produsen —————> Perantara —————> Konsumen

4.1.5.4 Daerah Pemasaran

Prospek bisnis perhotelan dalam menunjang kepariwisataan di Indonesia cukup menjanjikan. Sebagai peluang bisnis yang menjanjikan, seiring dengan meningkatnya pembangunan bidang kepariwisataan yang sedang digerakkan oleh pemerintah. Oleh karena itu Hotel Sulawesi menetapkan daerah pemasaran didalam dan diluar kota.

4.1.5.5 Pesaing

Dalam setiap aktivitasnya usaha baik jasa maupun industri pasti tidak terlepas dari adanya persaingan dengan perusahaan lain. Demikian juga dengan Hotel Sulawesi ini dalam kegiatannya sehari-hari juga mendapatkan persaingan dengan hotel-hotel lain yang ada di Jember. Namun demikian perusahaan harus berusaha meningkatkan pelayanan serta daya saingnya, sehingga mampu mengungguli hotel pesaing. Adapun beberapa hotel yang dianggap sebagai pesaing adalah :

1. Hotel Merdeka

Terletak di Jalan Raya Sultan Agung Jember

2. Hotel Safari

Terletak di Jalan KH. A. Dahlan No. 33 Jember

Dimana masing-masing hotel tersebut diatas memiliki fasilitas yang berbeda-beda. Dan pula tarif kamar yang bervariasi. Kesemuanya itu tentu dapat meningkatkan persaingan diantara hotel-hotel yang ada di kota Jember.

4.1.6 Data Pendukung

4.1.6.1 Data Jenis Kamar dan Harga Kamar

Penetapan harga atau sewa kamar perhari dari perusahaan ini didasarkan pada fasilitas yang diberikan, selain itu juga melihat pada standart harga rata-rata yang ditetapkan oleh hotel pesaing. Tarif resmi Hotel Sulawesi ditetapkan berdasarkan pada periode penambahan jumlah rupiah pada biaya dari suatu produknya lalu dibandingkan dengan tarif-tarif hotel pesaing, misalnya dari segi klasifikasi, luas kamar dan fasilitas yang tersedia. Tarif kamar Hotel Sulawesi dibedakan menurut type kamar.

4.1.6.2 Pemberian Potongan Harga di Hotel Sulawesi

Hotel Sulawesi memberikan kebijaksanaan *potongan harga hanya kepada tamu rombongan dan travel agent saja*. Pemberian potongan harga pada Hotel Sulawesi hanya diberikan pada saat atau hari-hari biasa saja sedangkan pada akhir

pekan tidak ada potongan harga. Demikian pula halnya dengan tamu yang menginap kurang lebih 10 hari, tidak diberi potongan harga.

Untuk mengetahui besarnya potongan harga pada Hotel Sulawesi di Jember dan perbandingan potongan harga yang diberikan oleh pesaing, maka dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 4.5 : Daftar Potongan Harga Hotel Sulawesi dan Perbandingan.

Keterangan	Hotel Sulawesi	Hotel Merdeka	Hotel Safari
Lama Inap	-	25%	5%
Langganan	-	25%	10%
Rombongan	10 – 20%	10 – 25%	5 – 10%

Sumber data : Hotel Sulawesi 2003

Dari data tersebut diatas dapat diketahui, bahwa dalam situasi persaingan yang semakin tajam, dimana ada pesaing yang berani memberi diskon sampai 25%, sedangkan pelaksanaan potongan harga pada Hotel Sulawesi masih kurang bervariasi dan kurang efektif dalam usaha meningkatkan volume penjualan.

4.1.6.3 Data Realisasi Penjualan

Dengan adanya kebijakan harga tersebut, maka perhitungan target dan realisasi penjualan perlu dilakukan oleh perusahaan untuk memudahkan melihat berapa banyak selisih penjualan yang terjadi dan digunakan sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan.

Hotel Sulawesi dalam menentukan persediaan kamar adalah dengan memakai ketentuan jumlah hari dalam setahun adalah 365 hari yang bila dikalikan dengan jumlah kamar sebanyak 61 kamar akan terdapat angka sebesar 22.265 kamar yang merupakan persediaan kamar yang tersedia dalam satu tahunnya. Adapun yang menjadi target penjualan kamar dalam 1 tahun adalah sebesar 60% dari persediaan kamar yang ada atau sebanyak 13.359 kamar.

Berikut adalah realisasi penjualan dua tahun terakhir secara triwulan.

Tabel 4.6 : Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Standart Per Triwulan tahun 2001 – 2002

Tahun	Triwulan	Potongan Harga (%)	Realisasi (unit)
2001	I	15	1093
	II	0	1011
	III	10	1190
	IV	20	1289
2002	I	10	1090
	II	0	1044
	III	15	1193
	IV	20	1327
Jumlah Total			9237

Sumber data : Hotel Sulawesi 2003

Tabel 4.7 : Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Superior Per Triwulan tahun 2001 – 2002

Tahun	Triwulan	Potongan Harga (%)	Realisasi (unit)
2001	I	15	866
	II	0	635
	III	10	788
	IV	20	981
2002	I	10	778
	II	0	708
	III	15	903
	IV	20	1233
Jumlah Total			6892

Sumber data : Hotel Sulawesi 2003

Tabel 4.8 : Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Deluxe Per Triwulan tahun 2001 – 2002

Tahun	Triwulan	Potongan Harga (%)	Realisasi (unit)
2001	I	15	189
	II	0	127
	III	10	273
	IV	20	459
2002	I	10	250
	II	0	152
	III	15	383
	IV	20	421
Jumlah Total			2254

Sumber data : Hotel Sulawesi 2003

Tabel 4.9 : Realisasi Penjualan (sewa) Kamar Hotel Sulawesi Type Suite Per Triwulan tahun 2001 – 2002

Tahun	Triwulan	Potongan Harga (%)	Realisasi (unit)
2001	I	15	94
	II	0	43
	III	10	175
	IV	20	367
2002	I	10	162
	II	0	50
	III	15	273
	IV	20	315
Jumlah Total			1479

Sumber data : Hotel Sulawesi 2003

4.2 Analisa Data dan Pembahasan

Mengacu pada bab sebelumnya yaitu tentang landasan teori dan gambaran perusahaan, yang menguraikan bahwa pelaksanaan kegiatan di Hotel Sulawesi mengalami masalah yaitu pelaksanaan discount policy yang kurang bervariasi sehingga menghambat kenaikan volume penjualan. Maka dalam Bab IV ini akan dijelaskan analisis kualitatif dan kuantitatif pemecahan dari masalah tersebut.

4.2.1 Pelaksanaan Kebijakan Harga

Kebijakan ini dilakukan dengan tujuan memperoleh langganan baru serta dapat mempertahankan langganan lama. Selama ini Hotel Sulawesi dalam melaksanakan kegiatan discount kurang bervariasi dan itupun kurang mendapat perhatian dari konsumen karena konsumen merasa sulit untuk memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan pihak hotel untuk mendapatkan diskon dalam setiap pembeliannya. Hal ini bisa dilihat tabel 4.6 jika Hotel Sulawesi mengadakan potongan harga maka tingkat hunian kamar akan meningkat, sedangkan jika tidak ada potongan harga maka tingkat hunian kamar mengalami penurunan.

Jadi quantity discount ini ditujukan agar pembeli terdorong untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang besar. Sehingga jumlah omset penjualan dan keuntungan akan dapat ditingkatkan. Namun disini hotel harus melihat kondisi wilayah dimana hotel tersebut berdiri, sehingga hotel tersebut harus memberikan batasan jumlah yang tidak terlalu besar untuk memberikan diskon.

Kebijakan potongan harga yang kurang bervariasi akan menyebabkan.

1. langganan beralih ke hotel lain;
2. dengan beralihnya langganan akan menurunkan penjualan;
3. pelanggan kurang tertarik dan tidak puas dengan potongan harga yang diberikan.

4.2.1.1 Commulative Quantity Discount

Peningkatan penjualan perlu adanya pemberian diskon. Commulative quantity discount merupakan diskon yang diberikan kepada pembeli yang membeli dalam

jumlah tertentu dan dalam waktu tertentu pula. Diskon ini bisa mendorong pembeli untuk mengadakan pembelian berkali-kali sehingga akan tercipta langganan.

Seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa selama ini Hotel Sulawesi didalam melaksanakan aktivitas pemasarannya hanya memberikan potongan harga dalam bentuk non cummulative quantity discount yang hanya diberikan kepada tamu rombongan dari travel agent saja. Sedangkan bagi tamu lainnya yang sering menginap dalam jangka waktu tertentu tidak pernah diberi discount. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelaksanaan potongan harga pada Hotel Sulawesi dirasa masih belum menjadi pilihan utama dibanding dengan hotel yang lainnya. Guna menciptakan langganan baru ataupun untuk membuat agar langganan yang sudah ada akan lebih tertarik sehingga tidak berpindah ke perusahaan pesaing, maka Hotel Sulawesi hendaknya juga memberikan potongan harga yang berupa cummulative quantity discount.

- a. Jangka waktu atau periode maksimum seorang tamu berhak mendapatkan potongan harga

Bagi Hotel Sulawesi yang termasuk kategori transient hotel. Transient hotel selalu dikunjungi tamu setiap harinya, karena tamu tersebut biasanya bertujuan untuk bisnis. Menurut kebiasaan, seseorang dalam sebulannya rata-rata akan berbisnis satu kali yang berarti akan mengkonsumsi jasa hotel sebanyak 1 unit kamar. Dalam pemecahan ini ditetapkan jangka waktu yang tidak terlalu pendek dan tidak terlalu panjang yaitu selama 6 bulan. Dengan demikian seorang tamu berhak mendapatkan diskon apabila telah menginap dalam jangka waktu maksimal 6 bulan.

- b. Jumlah pembelian minimum

Setelah menetapkan periode waktu pelaksanaan cummulative quantity discount selama 6 bulan, maka sekarang ditetapkan berapa jumlah pembelian minimum yang harus dipenuhi selama 6 bulan tersebut agar mendapatkan diskon. Jika dalam satu bulan seseorang menginap di Hotel Sulawesi rata-rata 1 kali maka dalam 6 bulan ia akan menginap rata-rata 6 kali. Sehingga dapat ditetapkan

bahwa seorang tamu minimal harus menginap sebanyak 6 kali dalam jangka waktu 6 bulan baru dia berhak mendapatkan diskon adalah dihitung sejak bulan pertama kalinya konsumen menginap di Hotel Sulawesi untuk pertama kalinya sejak kebijaksanaan diskon ditetapkan misalnya, mulai bulan Januari 2001, sebagai contoh misalnya konsumen A pertama kali menginap pada bulan Januari 2001, maka periode waktunya berakhirnya masa diskon adalah bulan Juli 2001, jadi periode waktu untuk masing-masing konsumen adalah berbeda satu sama lain, sehingga perlu adanya pencatatan bagi tamu yang menginap di Hotel Sulawesi.

c. Besarnya potongan harga yang ditetapkan

Besarnya potongan harga yang diberikan hendaknya tidak merugikan perusahaan bahkan diharapkan akan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Adapun besarnya potongan yang diberikan pada konsumen yang telah dicapai pembelian 6 unit sewa kamar dalam jangka waktu 6 bulan adalah 10%.

Dari ketiga ketentuan diatas barulah dapat diketahui berapa rekening yang telah dibayar oleh konsumen tersebut, terlepas dari jenis kamar yang telah disewanya. Jadi potongan harga 10% tersebut diperhitungkan dari total rekening konsumen tersebut dan diskon ini diberikan pada akhir periode. Demikian cara pelaksanaan cumulative quantity discount yang dapat dipakai sebagai langkah pemecahan masalah yang sedang dihadapi oleh Hotel Sulawesi.

Keunggulan pelaksanaan cumulative quantity discount.

1. dapat mengikat langganan lama agar tidak beralih ke hotel lain yang sejenis;
2. dapat meningkatkan volume penjualan karena adanya pembelian yang terus menerus pada hotel tersebut;
3. karena adanya ikatan terhadap pelanggan yang terus-menerus setidaknya hotel tahu kebiasaan pelanggan, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

4.2.1.2 Non Cummulative Quantity Discount

Bentuk ini merupakan pengurangan dari harga yang ada, bagi pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu. Potongan ini dapat mendorong pesanan yang lebih besar. Potongan kuantitas non cummulative ini dapat mendorong pesanan yang lebih besar, dan penerapannya dapat ditentukan dengan menggunakan prosentase.

Dalam rangka mendorong dan meningkatkan penjualan, maka perlu adanya kebijaksanaan harga yang berupa pemberian potongan harga. Potongan harga ini dilakukan dengan tujuan agar terjadi penambahan pembelian dalam jumlah yang lebih besar. Dengan kenaikan pembelian ini berarti akan menambah penjualan yang ada dan akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan ini, memiliki banyak variasi pemberian potongan harga kepada pihak konsumen langsung yang menginap secara rombongan atau individu. Dengan memberikan sejumlah prosentase dari room rates yang dicapai atau pemberian potongan harga pada pembelian sejumlah tertentu dan kamar yang ditentukan. Diharapkan mereka lebih terdorong untuk memilih hotel yang memberikan potongan harga kepada konsumennya.

Dalam pemberian potongan harga ini perlu diperhatikan beberapa hal :

a. Tingkat pembelian yang akan mendapat potongan harga

Hotel Sulawesi dapat mempertimbangkan dengan menentukan pembeli yang akan diberikan potongan harga, dengan memberikan syarat atau ketentuan tertentu. Kebijaksanaan yang diambil dalam non cummulative quantity discount yakni memberikan berbagai berbagai klasifikasi jumlah unit yang akan mendapatkan potongan harga. Hal ini dimaksudkan untuk lebih mendorong konsumen dalam melakukan pembelian karena konsumen merasa untuk memenuhi jumlah minimal yang akan diberi potongan harga. Adapun klasifikasi jumlah minimal unit kamar yang mendapatkan potongan harga adalah sebagai berikut :

Penggunaan fasilitas 6 – 10 unit kamar

Penggunaan fasilitas 11 – 15 unit kamar

Penggunaan fasilitas 16 unit kamar keatas

b. Besarnya potongan harga yang diberikan pesaing

Sebelumnya Hotel Sulawesi menentukan dan memutuskan besarnya potongan harga, harus dipertimbangkan berapa besar potongan harga yang telah dilakukan oleh pesaing potensial selama ini. Hal ini dimaksudkan agar tujuan dari pemberian potongan harga dapat mencapai sasaran.

c. Kemampuan hotel

Pemberian potongan harga ini perlu dipertimbangkan dengan kemampuan hotel dalam kondisi sekarang ini. Adapun pemberian non cumulative quantity discount yang sebaiknya dilakukan oleh Hotel Sulawesi diberlakukan klasifikasi seperti yang telah dijelaskan diatas, adalah.

Penggunaan fasilitas	Potongan harga
6 – 10 unit kamar	10%
11 – 15 unit kamar	15%
16 unit kamar keatas	20%

klasifikasi penentuan potongan harga diatas berlaku bagi tamu rombongan maupun tamun konvensional.

Dengan pemberian non cumulative quantity discount ini akan terlihat bahwa semakin besar pembelian maka semakin besar pula jumlah potongan harga yang diberikan. Hal ini tentunya akan menarik minat konsumen untuk membeli dalam jumlah yang banyak. Dengan demikian akan bertambah dan akhirnya tujuan pemberian potongan harga untuk meningkatkan keuntungan perusahaan akan tercapai.

Keuntungan pelaksanaan non cumulative quantity discount :

- 1) Memberikan rangsangan pada setiap pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar agar mendapatkan potongan harga;
- 2) Konsumen akan merasa lebih terkesan karena langsung memperoleh potongan harga;

- 3) Semakin banyak jumlah produk atau jasa yang dibeli, makin besar pula jumlah potongan harga yang diterima sehingga harga per unitnya menjadi lebih murah;
- 4) Dapat mengikat langganan yang ada.

4.2.2 Analisis Hasil Korelasi dan Regresi

4.2.2.1 Analisis Hasil Korelasi dan Regresi Type Kamar Standart

Korelasi adalah untuk mengetahui keeratan hubungan antara potongan harga sebagai variabel bebas dengan tingkat hunian kamar sebagai variabel tak bebas. Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil sebesar $R = 0,869$ (dari lampiran 1) yang berarti bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara potongan harga dengan tingkat hunian kamar.

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap tingkat hunian kamar digunakan perhitungan regresi. Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil $a = 1013,357$ dan $b = 12,557$ (berdasarkan lampiran 1) maka persamaan regresi yang berlaku sebagai berikut :

$$Y = 1013,357 + 12,557(X)$$

Penjelasan dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 1013,357 menunjukkan bahwa apabila variabel potongan harga sebesar nol maka penjualan (sewa) kamar sebesar 1013,357 unit. Koefisien regresi sebesar 12,557 menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan potongan harga sebesar 1 satuan (1%) maka akan menyebabkan terjadinya kenaikan tingkat hunian kamar sebesar 0,12557 satuan.

4.2.2.2 Analisis Hasil Korelasi dan Regresi Type Kamar Superior

Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil sebesar $R = 0,870$ (dari lampiran 2) yang berarti bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara potongan harga dengan tingkat hunian kamar.

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap tingkat hunian kamar digunakan perhitungan regresi. Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer

melalui program SPSS didapatkan hasil $a = 631,614$ dan $b = 20,434$ (berdasarkan lampiran 2) maka persamaan regresi yang berlaku sebagai berikut :

$$Y = 631,614 + 20,434 (X)$$

Penjelasan dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 631,614 menunjukkan bahwa apabila variabel potongan harga sebesar nol maka penjualan (sewa) kamar sebesar 631,614 unit. Koefisien regresi sebesar 20,434 menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan potongan harga sebesar 1 satuan (1%) maka akan menyebabkan terjadinya kenaikan tingkat hunian kamar sebesar 0,20434 satuan.

4.2.2.3 Analisis Hasil Korelasi dan Regresi Type Kamar Duluxe

Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil sebesar $R = 0,866$ (dari lampiran 3) yang berarti bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara potongan harga dengan tingkat hunian kamar.

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap tingkat hunian kamar digunakan perhitungan regresi. Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil $a = 126,114$ dan $b = 13,834$ (berdasarkan lampiran 3) maka persamaan regresi yang berlaku sebagai berikut :

$$Y = 126,114 + 13,834 (X)$$

Penjelasan dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 126,114 menunjukkan bahwa apabila variabel potongan harga sebesar nol maka penjualan (sewa) kamar sebesar 126,114 unit. Koefisien regresi sebesar 13,834 menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan potongan harga sebesar 1 satuan (1%) maka akan menyebabkan terjadinya kenaikan tingkat hunian kamar sebesar 0,13834 satuan.

4.2.2.4 Analisis Hasil Korelasi dan Regresi Type Kamar Suite

Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil sebesar $R = 0,867$ (dari lampiran 4) yang berarti bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara potongan harga dengan tingkat hunian kamar.

Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap tingkat hunian kamar digunakan perhitungan regresi. Setelah dilakukan perhitungan dengan komputer melalui program SPSS didapatkan hasil $a = 33,771$ dan $b = 13,431$ (berdasarkan lampiran 4) maka persamaan regresi yang berlaku sebagai berikut :

$$Y = 33,771 + 13,431(X)$$

Penjelasan dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 33,771 menunjukkan bahwa apabila variabel potongan harga sebesar nol maka penjualan (sewa) kamar sebesar 33,771 unit. Koefisien regresi sebesar 13,431 menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan potongan harga sebesar 1 satuan (1%) maka akan menyebabkan terjadinya kenaikan tingkat hunian kamar sebesar 0,13431 satuan.

4.2.3 Uji R^2

4.2.3.1 Uji R^2 Type Kamar Standart

Uji ini digunakan untuk melihat besarnya prosentase total variasi dari faktor yang dijelaskan dalam model regresi. Semakin besar R^2 , maka prosentase total variasi dari faktor bebas semakin besar. Ini berarti bahwa garis regresi sampel semakin baik.

Berdasarkan lampiran 1 diperoleh nilai $R^2 = 0,755$ ini berarti bahwa 75,5% faktor tingkat hunian kamar mampu dijelaskan oleh potongan harga, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4.2.3.2 Uji R^2 Type Kamar Superior

Berdasarkan lampiran 2 diperoleh nilai $R^2 = 0,757$ ini berarti bahwa 75,7% faktor tingkat hunian kamar mampu dijelaskan oleh potongan harga, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4.2.3.3 Uji R^2 Type Kamar Deluxe

Berdasarkan lampiran 3 diperoleh nilai $R^2 = 0,751$ ini berarti bahwa 75,1% faktor tingkat hunian kamar mampu dijelaskan oleh potongan harga, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4.2.3.4 Uji R^2 Type Kamar Suite

Berdasarkan lampiran 4 diperoleh nilai $R^2 = 0,751$ ini berarti bahwa 75,1% faktor tingkat hunian kamar mampu dijelaskan oleh potongan harga, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4.2.4 Uji T

4.2.4.1 Uji T Type Kamar Standart

Untuk menguji parameter-parameter regresi secara individu, digunakan uji T, hipotesa yang dilakukan adalah :

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_i : b_i \neq 0$$

Bila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak ini berarti bahwa variabel bebas mempunyai makna, yang berarti terhadap variabel tak bebas pada tingkat signifikansi 0,05 dan jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima. Ini berarti bahwa variabel bebas tidak mempunyai makna yang berarti terhadap variabel tak bebas hasil t hitung menunjukkan sebagai berikut :

Variabel regresi t hitung pada tingkat harga sebesar 4,304 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,05 sebesar 2,447 (sumber data lampiran 1).

Berdasarkan data diatas diketahui variabel bebas menunjukkan t hitungnya lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan (*level of signifikan*) 5%. Temuan ini menyatakan bahwa variabel potongan harga memang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap tingkat hunian kamar hotel.

4.2.4.2 Uji T Type Kamar Superior

Variabel regresi t hitung pada tingkat harga sebesar 4,325 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,05 sebesar 2,447 (sumber data lampiran 2).

Berdasarkan data diatas diketahui variabel bebas menunjukkan t hitungnya lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan (*level of signifikan*) 5%. Temuan ini menyatakan bahwa variabel potongan harga memang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap tingkat hunian kamar hotel.

4.2.4.3 Uji T Type Kamar Deluxe

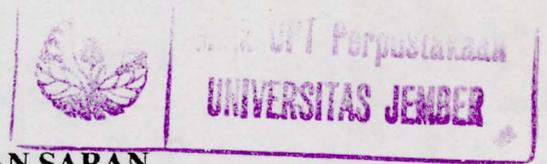
Variabel regresi t hitung pada tingkat harga sebesar 4,251 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,05 sebesar 2,447 (sumber data lampiran 3).

Berdasarkan data diatas diketahui variabel bebas menunjukkan t hitungnya lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan (*level of signifikan*) 5%. Temuan ini menyatakan bahwa variabel potongan harga memang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap tingkat hunian kamar hotel.

4.2.4.4 Uji T Type Kamar Suite

Variabel regresi t hitung pada tingkat harga sebesar 4,256 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,05 sebesar 2,447 (sumber data lampiran 1).

Berdasarkan data diatas diketahui variabel bebas menunjukkan t hitungnya lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan (*level of signifikan*) 5%. Temuan ini menyatakan bahwa variabel potongan harga memang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap tingkat hunian kamar hotel.



V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari data yang diperoleh dalam penelitian kemudian dilakukan analisis data, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. pelaksanaan kebijaksanaan harga pada Hotel Sulawesi di Jember mengenai kebijaksanaan potongan harga kurang bervariasi dan hanya diberikan kepada tamu rombongan dan travel agent saja. Sedangkan untuk tamu perorangan dan tamu langganan tidak mendapatkan potongan harga. Hal ini justru dapat membuat minat konsumen untuk memanfaatkan jasa dari Hotel Sulawesi untuk menginap menjadi berkurang.

2. potongan harga mempunyai hubungan yang kuat dengan volume hunian kamar. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis korelasi dari masing-masing type kamar

a. untuk type kamar standart $R = 0,869$

b. untuk type kamar kamar superior $R = 0,870$

c. untuk type kamar deluxe $R = 0,866$

d. untuk type kamar suite $R = 0,867$

yang berarti bahwa potongan harga mempunyai hubungan yang positif dan kuat dengan tingkat hunian kamar, sedangkan koefisien semua type kamar determinasinya 0,755 yang berarti bahwa 75,5% faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar dijelaskan oleh potongan harga sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

3. potongan harga mempunyai derajat pengaruh yang besar terhadap tingkat hunian kamar. Berdasarkan analisis regresi diperoleh persamaan regresi

a. untuk type kamar standart $Y = 1013,357 + 12,557(X)$. yang dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 1013,357 menunjukkan apabila variabel potongan harga sebesar nol maka tingkat hunian kamar sebesar 1013,357 Unit. Potongan harga mempunyai koefisien regresi 12,557 yang menunjukkan bahwa bila terjadi

penambahan potongan harga sebesar 1 satuan (%) maka tingkat hunian kamar akan mengalami kenaikan sebesar 0,12557 unit.

Berdasarkan hasil proses uji t diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,304 > 2,447$ pada tingkat kepercayaan 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima,

- b. persamaan regresi untuk type kamar superior $Y = 631,614 + 20,434(X)$. yang dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 631,614 menunjukkan apabila variabel potongan harga sebesar nol maka tingkat hunian kamar sebesar 631,614 Unit. Potongan harga mempunyai koefisien regresi 20,434 yang menunjukkan bahwa bila terjadi penambahan potongan harga sebesar 1 satuan (%) maka tingkat hunian kamar akan mengalami kenaikan sebesar 0,20434 unit.

Berdasarkan hasil proses uji t diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,325 > 2,447$ pada tingkat kepercayaan 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima,

- c. persamaan regresi untuk type kamar deluxe $Y = 126,114 + 13,834(X)$. yang dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 126,114 menunjukkan apabila variabel potongan harga sebesar nol maka tingkat hunian kamar sebesar 126,114 Unit. Potongan harga mempunyai koefisien regresi 13,834 yang menunjukkan bahwa bila terjadi penambahan potongan harga sebesar 1 satuan (%) maka tingkat hunian kamar akan mengalami kenaikan sebesar 0,13834 unit.

Berdasarkan hasil proses uji t diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,251 > 2,447$ pada tingkat kepercayaan 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima,

- d. persamaan regresi untuk type kamar suite $Y = 33,771 + 13,431(X)$. yang dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 33,771 menunjukkan apabila variabel potongan harga sebesar nol maka tingkat hunian kamar sebesar 33,771 Unit. Potongan harga mempunyai koefisien regresi 13,431 yang menunjukkan bahwa bila terjadi penambahan potongan harga sebesar 1 satuan (%) maka tingkat hunian kamar akan mengalami kenaikan sebesar 0,13431 unit.

Berdasarkan hasil proses uji t diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,256 > 2,447$ pada tingkat kepercayaan 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5.2 Saran-saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen Hotel Sulawesi di Jember guna meningkatkan tingkat hunian kamar dan untuk menarik konsumen adalah sebagai berikut :

1. sebaiknya pihak Hotel Sulawesi melaksanakan kebijaksanaan potongan harga dengan cumulative quantity discount dan non cumulative quantity discount, sehingga dapat menarik konsumen untuk menginap di Hotel Sulawesi.
2. berdasarkan analisis korelasi diketahui bahwa potongan harga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tingkat hunian kamar yaitu dengan melihat hasil dari R^2 dari semua type kamar, rata-rata sebesar 75% sehingga kebijaksanaan potongan harga pada Hotel Sulawesi perlu tetap diadakan dan dibuat lebih bervariasi, efektif dan efisien untuk menarik konsumen dan meningkatkan tingkat hunian kamar.
3. dengan memperhatikan hasil dari analisis regresi dari semua type kamar diketahui bahwa setiap ada penambahan 1 satuan dari potongan harga maka kenaikan akan terjadi pada tingkat hunian kamar dan pada analisis uji t pada semua type kamar menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel pada tingkat signifikansi 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat diartikan pihak manajemen Hotel Sulawesi harus terus meningkatkan dan mengadakan potongan harga, karena potongan harga sangat berpengaruh terhadap kenaikan tingkat hunian kamar di Hotel Sulawesi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 1997. *Statistika Ekonomi I*. Yogyakarta : STIE-YKPN.
- Budiato. T dan Ciptono. F. 1997. *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler. P. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi III*. Jakarta : CV Intermedia.
- Mc. Carthy dan Perreault. 1995. *Intisari Pemasaran Edisi VI Jilid II*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Nazir. Moh. 1998. *Metode Penelitian Cetakan Ketiga*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nitisemito. A. 1995. *Marketing Cetakan II*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Supranto. J. 1991. *Ekonometrika*. Jakarta : LPFE-UI.
- × Stanton. W. J. 1996. *Prinsip Pemasaran Terjemahan Sundu Sundaru Edisi VII jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Swastha. B. 1996. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Sanapiah. F. 1986. *Format-format Penelitian Sosial*. Bandung : Tarsito.
- Santoso. S. 2000. *Buku Pelatihan SPSS Statistik Parametik*. Jakarta : Elek Media Komputendo.

Lampiran 1 : Hasil Regresi Type Kamar Standart

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan Harga ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Type Kamar

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,869 ^a	,755	,715	61,0301

- a. Predictors: (Constant), Potongan Harga
- b. Dependent Variable: Type Kamar

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68985,804	1	68985,804	18,521	,005 ^a
	Residual	22348,071	6	3724,679		
	Total	91333,875	7			

- a. Predictors: (Constant), Potongan Harga
- b. Dependent Variable: Type Kamar

Coefficients^b

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1013,357	39,282		25,797	,000
	Potongan Harga	12,557	2,918	,869	4,304	,005

- a. Dependent Variable: Type Kamar

Lampiran 2 : Hasil Regresi Type Kamar Superior

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan Harga ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Type Kamar

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,870 ^a	,757	,717	98,8193

a. Predictors: (Constant), Potongan Harga

b. Dependent Variable: Type Kamar

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182682,514	1	182682,514	18,707	,005 ^a
	Residual	58591,486	6	9765,243		
	Total	241274,000	7			

a. Predictors: (Constant), Potongan Harga

b. Dependent Variable: Type Kamar

Coefficients^b

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	631,614	63,605		9,930	,000
	Potongan Harga	20,434	4,724	,870	4,325	,005

a. Dependent Variable: Type Kamar

Lampiran 3 : Hasil Regresi Type Kamar Deluxe

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan Harga ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Type Kamar

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,866 ^a	,751	,709	68,0655

a. Predictors: (Constant), Potongan Harga

b. Dependent Variable: Type Kamar

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83732,014	1	83732,014	18,073	,005 ^a
	Residual	27797,486	6	4632,914		
	Total	111529,500	7			

a. Predictors: (Constant), Potongan Harga

b. Dependent Variable: Type Kamar

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	126,114	43,810		2,879	,028
	Potongan Harga	13,834	3,254	,866	4,251	,005

a. Dependent Variable: Type Kamar

Lampiran 4 : Hasil Regresi Type Kamar Suite

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Potongan Harga ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Type Kamar

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 ^a	,751	,710	66,0056

- a. Predictors: (Constant), Potongan Harga
- b. Dependent Variable: Type Kamar

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78926,432	1	78926,432	18,116	,005 ^a
	Residual	26140,443	6	4356,740		
	Total	105066,875	7			

- a. Predictors: (Constant), Potongan Harga
- b. Dependent Variable: Type Kamar

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,771	42,485		,795	,457
	Potongan Harga	13,431	3,156	,867	4,256	,005

- a. Dependent Variable: Type Kamar



HOTEL SULAWESI

SURAT KETERANGAN

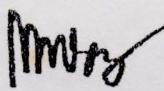
Yang bertanda tangan di bawah ini General Manager Hotel Sulawesi Jl. Letjen. Suprpto No. 43 Jember menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini :

NAMA : DONIE SETYAWAN
NIM : 980810201484 E
FAK / P S : EKONOMI / S - 1 EXTENSION
JURUSAN ; MANAJEMEN
PENDIDIKAN : UNIVERSITAS JEMBER

Telah melakukan dan melaksanakan kegiatan penelitian pada Hotel Sulawesi mulai tanggal 06 Januari 2003 sampai dengan 29 Maret 2003.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember , 29 Maret 2003

  **HOTEL
SULAWESI**

ANDYK SUNARTO

General Manager

