

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN PADA SEKTOR HOTEL PARIWISATA YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MANAJEMEN



OLEH :

SUSIATI

2016120175

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2020**

Ringkasan

Pendapatan berperan penting dalam mendukung tujuan perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan yaitu biaya promosi, tarif hotel dan jumlah kamar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, tarif hotel dan jumlah kamar terhadap pendapatan perusahaan pada Sektor Hotel Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel penelitian sebanyak 12 perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu dokumentasi dan studi pustaka. Metode analisa data yang di gunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai $t_{hitung} = 3,065$ tabel tarif hotel berpengaruh terhadap pendapatan dengan nilai $t_{hitung} = 2,943$ tabel dan jumlah kamar berpengaruh terhadap pendapatan dengan nilai $t_{hitung} = 2,969$ tabel. Sedangkan secara signifikan (bersama-sama) biaya promosi, tarif hotel dan jumlah kamar berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan Sektor Hotel Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan nilai $F_{hitung} (4,699)$ f_{hitung} memiliki nilai kombinasi terhadap pendapatan sebesar 54,8%. Adapun yang harus di perhatikan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan yaitu melakukan kegiatan promosi, menentukan tarif kamar hotel yang sesuai fasilitas dan meningkatkan jumlah kamar hotel.

Kata kunci : biaya promosi, tarif hotel, jumlah kamar

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor usaha yang mempunyai kondisi persaingan yang sangat ketat saat ini adalah sektor perhotelan. Industri perhotelan saat ini adalah untuk menjangkau pariwisata nasional. Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa lain yang digunakan untuk umum dan di kelola secara komersial. (SK menteri pariwisata, pos dan telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86. 2011:6)

Industri pariwisata di Indonesia didukung oleh potensi pariwisata. Objek pariwisata yang sangat beragam menyerap banyak wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk mengunjunginya. Semakin meningkatnya kunjungan wisata di Indonesia juga harus diimbangi dengan sarana-sarana penunjang yaitu bagian yang sangat penting dari bidang pariwisata tersebut adalah industri jasa perhotelan. perkembangan industri hotel saat ini sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang kuat antara perusahaan perhotelan. perusahaan berlomba-lomba dalam menawarkan berbagai fasilitas hotel, kualitas pelayanan dan penyajian sebaik mungkin untuk memberikan nilai tambah dalam pelayanan hotel yang ditawarkannya. Tujuan hal tersebut dilakukan agar perusahaan bertahan di tengah persaingan yang semakin sangat ketat dan tetap menjadi pilihan utama bagi wisatawan sehingga mempunyai konsumen yang loyal.

Hotel adalah jenis industri yang menghasilkan dan menyediakan sesuatu dalam bentuk barang dan jasa. Hotel tidak hanya menjual produk yang berwujud tetapi juga menjual produk yang tidak berwujud seperti dalam bentuk pelayanan, suasana, hiburan, atau lingkungan yang nyaman, bersih dan indah. Hotel berfungsi sebagai tempat penginapan atau istirahat untuk berbagai kalangan yang membutuhkan, sebagai tempat tinggal sementara selama berada jauh dari tempat asalnya. Dari kalangan tersebut diantaranya adalah turis baik turis asing maupun turis domestik. Hotel juga digunakan untuk kalangan bisnis, yaitu untuk tempat pertemuan, seminar, tempat berlangsungnya pernikahan dan lain-lain.

Perkembangan fungsi hotel disertai dengan semakin ketat persaingan antara perusahaan-perusahaan jasa perhotelan. Perkembangan usaha jasa perhotelan menjadi salah satu tolak ukur pertumbuhan ekonomi pada wilayah tersebut.

Pendapatan yaitu seluruh penerimaan berupa uang yang diterima perusahaan dari aktivitasnya, dari penjualan produk atau jasa kepada tamu hotel. Bagi investor, pendapatan kurang penting dibanding keuntungan, berupa jumlah uang yang diterima setelah dikurangi dengan jumlah pengeluaran. Peningkatan pendapatan merupakan indikator yang sangat penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang konsisten, dan juga pertumbuhan keuntungan dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk menarik investor. (Geruning, et al 2013).

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan yaitu, tarif kamar, biaya promosi, jumlah kamar. Promosi merupakan promosi penjualan, pemasaran secara langsung, periklanan dan penjualan secara personal. Kegiatan pemasaran digunakan perusahaan untuk menarik minat tamu terhadap hotel yang ditawarkan perusahaan. Pada perusahaan jasa, promosi yang digunakan yaitu promosi melalui sosial media, papan reklame, dan agen perjalanan.

Tarif merupakan faktor yang penting dan berpengaruh terhadap tingkat peminatan suatu hotel. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Penetapan tarif yang tepat perlu di diperhatikan dan pertimbangkan secara matang oleh perusahaan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan tarif, maka pemilihan suatu hotel tertentu akan di jatuhkan pada hotel tersebut. Dalam menentukan tarif dapat dilakukan dengan potong harga, premi pembayaran kebijakan harga dari geografis. Hal tersebut juga berdampak pada penyewaan kamar hotel. Faktor-faktor tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa pada ujungnya, pelanggan akan menjadi loyal dengan begitu pendapatan perusahaan akan terus meningkat (Firdaus, 2013).

Penelitian bertujuan ini untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, tarif hotel dan jumlah kamar terhadap pendapatan perusahaan Sektor Hotel Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara parsial dan simultan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Pada Sektor Hotel pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana Tarif Hotel Terhadap Pendapatan Hotel pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana Pengaruh Jumlah Kamar Terhadap Pendapatan Hotel pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana Pengaruh Biaya Promosi, Tarif Dan Jumlah Kamar Terhadap Pendapatan Hotel pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan

Tujuan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan Hotel Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh tarif hotel terhadap pendapatan Hotel Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh jumlah kamar terhadap pendapatan Hotel Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Menganalisis pengaruh biaya promosi, tarif hotel dan jumlah kamar terhadap pendapatan hotel pariwisata yang terdaftar di pada Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti / akademisi

Sebagai sarana untuk mendapatkan pengetahuan dan referensi dibidang manajemen khususnya manajemen keuangan. Serta dapat berdampak positif bagi program studi manajemen.

b. Bagi masyarakat

Sebagai referensi untuk pengambilan keputusan terkait Faktor-faktktor Yang Mempengaruhi pendapatan pada sektor Hotel pariwisata yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Firdaus.2013. Dunia Buku Pengantar Akuntansi, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- A. Muri Yusuf. 2014 Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan Penelitian Gabungan.Jakarta :Prenada Media Groub.
- Angipora, M P. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada Jakarta
- Arikunto, S. 2002. Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktek. Edisi revisi. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin . 2008. Reliabilitas Dan Validitas. Yogyakarta pustaka pelajar.
- Basu, Swasta, Dan Irawan, 2001, manajemen pemasaran moderen, Liberty. Yogyakarta.
- Ciptaningsih, agung nur isra. 2009. Analisis pengaruh harga saham, volime perdagangan dan variasi retrun saham terhadap bid ask spread pada masa sebelum dan sesudah stock split studi kasus pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI pada periode 2003-2009 skripsiuniversitas diponegoro : semarang
- Darmadji, T Dan Fakhurdin. 2006 Pasar Modal Diindonesia Pendekatan Tanya Jawab.Jakarta : Selemba Empat
- Elly Lestari. (2017) Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia) EKSEKUTIF Jurnal Bisnis Dan Manajemen Volume 14, Nomor 1, Juni 2017,ISSN No. 1829-7501
- Esterberg, Kristin G., 2002. Qualitative M ethods In Social Reserach,Mc. Graw Hill, New York
- Hasan, Iqbal. 2004. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Greuning, Hannie Van And Zamair Iqbal. (2008). Risk Analysis For Islamic Banks. The World Bank, Abbas, Yulianti (Penerjemah). (2011). Analisis Resiko Perbankan Syariah. Jakarta : Selemba Empat .

- Geruning, Hennie Van. et al. 2013. International financial reporting standards :sebuah panduan praktis . jakarta : selemba empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2015. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kasmir Dan Jakfar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan Kedelapan. Jakarta : Kencana
- Sugiyono (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono (2015) Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung Alfabeta
- Sugiyono 2016 metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, cetakan ke-24. Bandung : Alfabeta.
- Sugiono, 2013,metodelogi penelitian kuantitatif kualitatif R&D. (Bandung: ALFABETA)