

**HUBUNGAN APLIKASI *TRAVEL AGENT ONLINE*
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI JAMBULUWUK MALIOBORO HOTEL**

SKRIPSI



Oleh:

SARAH PUTERI

NO. MHS : 317101091

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA

AMPTA YOGYAKARTA

2021

**HUBUNGAN APLIKASI *TRAVEL AGENT ONLINE*
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI JAMBULUWUK MALIOBORO HOTEL**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Oleh :

SARAH PUTERI

NO. MHS : 317101091

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA

AMPTA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN
HUBUNGAN APLIKASI *TRAVEL AGENT ONLINE*
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI JAMBULUWUK MALIOBORO HOTEL

SKRIPSI



Oleh :

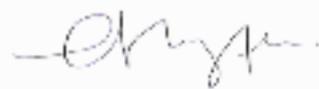
SARAH PUTERI
NO. MHS: 317101091

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I


Drs. Santosa.MM
NIDN : 0519045901

Pembimbing II


Mona Erythrea Nur Islami, SIP, MA
NIDN : 0516097101

Mengetahui
Ketua Jurusan


Hermawan Prasetyanto, S. Sos, S.ST, MM
NIDN : 0516057102

BERITA ACARA UJIAN
HUBUNGAN APLIKASI *TRAVEL AGENT ONLINE*
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR
DI JAMBULUWUK MALIOBORO HOTEL

SKRIPSI

Oleh
SARAH PUTERI
No. MHS: 317101091

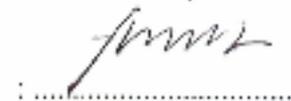
Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Lulus
Pada Tanggal: 25 Juni 2021

TIM PENGUJI

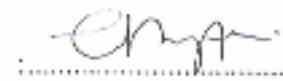
Penguji Utama : Drs. Budi Hermawan, MM.
NIDN: 0523026601



Penguji I : Drs. Santosa, MM
NIDN: 0519045901



Penguji II : Mona Erythrea Nur Islami, SIP,MA
NIDN: 0516097101



Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Mengesah

Drs. Prabhala, MM.
NIDN: 0526125901

SURAT PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul "**Hubungan Aplikasi *Travel Agent Online* Terhadap Tingkat Hunian Kamar DiJambuluwuk Malioboro Hotel**" disusun berdasarkan hasil penelitian saya dengan arahan dosen pembimbing. Sumber informasi ataupun kutipan yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar dalam program sejenis di perguruan tinggi manapun.

Yogyakarta, 25 Juni 2021

Peneliti


Sarah Puteri

MOTTO

“Janganlah jadikan sukses sebagai tujuan, lakukan apa yang kamu cintai dan percaya bahwa sukses akan datang dengan sendirinya”
(David Frost)

“Utamakanlah keluarga. Ingatlah, saat semuanya runtuh dan gagal, keluargalah tempatmu kembali”
(Mario Teguh)

“Jangan pernah berekspektasi terlalu tinggi terhadap seseorang, karena jika jatuh rasanya sakit”
(Diri Sendiri)

“Kesuksesan pasti ada di depan, maka majulah meski sakit, melangkahlah walau sedikit, dan niscaya sukses hadir didepan mata”
(Ongki Setiawan)

HALAMAN PERSEMBAHAAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan Kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masi diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah sampai pada titik ini. Rasa bangga dan bahagia penulis curahkan dan persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayah dan Ibu, Pahrurrozi dan Indrawati terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, waktu, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti bahkan hingga saat ini. Terimakasih telah menjadi *support system* dalam segala hal.
2. Kakak dan Adikku, Infa Yogie dan Sarah Larasati, terimakasih telah menjadi penyemangat, penasehat dalam pengerjaan tugas akhir ini. Dan terimakasih atas pertanyaan “kapan bimbingan” disaat pengerjaan skripsi ini.
3. Ongki Setiawan, terimakasih telah menjadi teman terbaik dalam segala hal, terimakasih selalu ada. “*You are the best partner*”.
4. Sahabat dan teman-temanku yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah suka rela membantu, menemani, dan memberi semangat agar skripsi ini selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masi diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Hubungan Aplikasi *Travel Agent Online* Terhadap Tingkat Hunian Kamar DiJambuluwuk Malioboro Hotel”. Penulisan skripsi ini dlakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sain Terapan pada program Diploma-4 di Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam pengerjaan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dan dorongandari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih secara tulus dan ikhlas kepada:

1. Bapak Johan selaku FO Manager di Jambuluwuk Malioboro Hotel yang telah memberikan ijin dan mempermudah peneliti untuk mendapatkan dokumentasi yang diperlukan penulis untuk proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Santosa, MM selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP, MA selaku Pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Budi Hermawan, MM selaku penguji utama yang telah memberi kesempatan kepada peneliti untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
5. Bapak Drs. Prihatno, MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan ijin pada penulisan skripsi ini.

6. Bapak Hermawan Prasetyanto, S. Sos, S.ST, MM. selaku Ketua Jurusan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan izin pada penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan banyak bekal ilmu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap ada kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan harapan.

Yogyakarta, 25 Juni 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II PEMBAHASAN.....	8
A. Online Travel Agent	8
B. Tingkat Hunian Kamar	10
C. Manajemen Pemasaran Melalui <i>E-Commerce</i>	11
D. Peranan E-Marketing.....	13
E. Fungsi E-Marketing.....	13
F. Pemasaran Dalam Media Sosial	19
G. Manfaat Media Sosial Dalam Pemasaran.....	23
H. Peran Media Sosial Dalam Pemasaran	24
I. Jenis-Jenis Media Sosial.....	25

J. Pengertian Hotel	27
K. Karangka Pemikiran	33
L. Penelitian Terdahulu	33
M. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Objek Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Variable Penelitian	40
E. Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Objek Penelitian	42
B. Deskripsi Analisis Data	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Tingkat Hunian Kamar	48
Tabel 4.2 Correlation	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Karangka Pikiran.....	33
Gambar 4.1 Logo Jambuluwuk Malioboro Hotel	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Data Tingkat Hunian kamar Hotel Jambuluwuk

Lampiran 3 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa perhotelan menghadapi persaingan yang ketat dan juga mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Dengan begitu, perusahaan harus memutar otak untuk mengatur strategi pemasaran agar dapat menarik konsumen untuk menginap di hotelnya. *Travel agent Online* adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara *online* melalui website. Website *travel agent online* adalah website yang mendistribusikan dan memfasilitasi pemesanan ke pihak penyedia usaha pariwisata. *Trevel Agent Online* adalah aplikasi yang menyediakan pemesanan tiket pesawat, reservasi hotel, tiket kereta api, dan pemesanan tiket konser dan tempat hiburan secara online.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan alat analisis korelasi product moment dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variable bebas (Agoda, Tiket.com, Traveloka) dengan variable terikat (tingkat hunian kamar). Penelitian ini menggunakan data dokumentasi yang di peroleh dengan menggunakan data tamu yang memesan kamar melalui aplikasi Agoda, Tiket.com, dan Traveloka selama sebelas bulan pada tahun 2019 dan 2020.

Hasil Analisis dari penelitian mengenai hubungan aplikasi *trevel agent online* melalui korelasi product moment, hasilnya adalah Agoda 0,713, Tiket.com 0,964, dan Traveloka 0,983. Sedangkan hasil dari membandingkan r table dengan r hitung adalah Agoda 3,050, Tiket.com 10,876, dan Traveloka 16.061. Artinya ketiga aplikasi *trevel agent online* tersebut memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat dan juga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel.

Dari penjelasan diatas, H_a pada hipotesis ketiga media elektronik (*trevel agent online*) diterima yang berarti adanya hubungan aplikasi *trevel agent online* (Agoda, Tiket.com, Traveloka) terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Jambuluwuk Malioboro Hotel. Dari ketiga aplikasi tersebut, Traveloka adalah aplikasi yang sangat berpengaruh dengan nilai 16.061.

Kata Kunci: *trevel agent online*, tingkat hunian kamar, jambuluwuk malioboro hotel Yogyakarta.

ABSTRACT

The impact of globalization has caused the hospitality service industry to face intense competition and is also experiencing very rapid growth and development. That way, companies must rack their brains to arrange marketing strategies in order to attract consumers to stay at their hotels. Online travel agent is a travel agent that acts as a media for online promotion and sales through the website. An online travel agent website is a website that distributes and facilitates bookings to tourism business providers. Travel Agent Online is an application that provides online booking of airline tickets, hotel reservations, train tickets, and booking tickets for concerts and entertainment venues.

This study is a quantitative study using a product moment correlation analysis tool with the aim of knowing whether there is a relationship between the independent variables (Agoda, Tiket.com, Traveloka) and the dependent variable (room occupancy rate). This study uses documentation data obtained by using guest data who booked rooms through the Agoda, Tiket.com, and Traveloka applications for eleven months in 2019 and 2020.

The results of the analysis of research on the relationship between online travel agent applications through product moment correlation, the results are Agoda 0.713, Tiket.com 0.964, and Traveloka 0.983. While the results of comparing the r table with the calculated r are Agoda 3,050, Tiket.com 10,876, and Traveloka 16,061. This means that the three online travel agent applications have a positive and very strong relationship and also have a significant influence on the room occupancy rate at Jambuluwuk Malioboro Hotel.

From the explanation above, H_a in the third hypothesis of electronic media (online travel agents) is accepted, which means that there is a relationship between online travel agent applications (Agoda, Tiket.com, Traveloka) to the room occupancy rate at Jambuluwuk Malioboro Hotel. Of the three applications, Traveloka is the most influential application with a score of 16,061.

Keywords: online travel agent, room occupancy rate, jambuluwuk malioboro hotel Yogyakarta.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, perkembangan pariwisata di Indonesia sangatlah pesat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan dan meningkatnya pembangunan sarana akomodasi. Hal ini membuat peluang bagi pengusaha untuk turut berkompetisi dalam membuka peluang usaha salah satunya dalam bidang akomodasi seperti Hotel.

Menurut Widanaputra (2009:9), Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayan-pelayanan lainnya untuk umum.

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa perhotelan menghadapi persaingan yang ketat dan juga mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Dengan begitu, perusahaan harus memutar otak untuk mengatur strategi pemasaran agar dapat menarik konsumen untuk menginap di hotelnya.

Menurut Charles (2010:9), strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil. Melakukan persaingan dan melakukan imbal balik terhadap hasil kepada pemilik saham.

Menurut Assauri (2013:15), strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menanggapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Melihat kenyataan seperti ini, jelas hotel dituntut untuk aktif dan kreatif serta memanfaatkan segala cara dalam menarik tamu sebanyak banyaknya demi meningkatkan *room occupancy* (tingkat hunian kamar) baik melalui *sales call*, *travel agent (of line)* dan yang terkini menggunakan *travel agent online*. Penawaran menarik selalu ditawarkan, bahkan kreatifitas marketing dalam menjual ditingkatkan, marketing sekarang harus bisa membuat paket wisata sesuai keinginan tamu serta yang berhubungan erat dengan transportasi yang akan digunakan oleh tamu.

Marketing adalah “segala sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan akhir yang berorientasi pada nilai tambah” (Li Partic & Fahmi Nurul Akbar, 2016:19). Menurut Li Partic & Fahmi Nurul Akbar, terdapat empat faktor utama yang harus ada dalam marketing, yaitu ; keuntungan, aliran uang, meningkatkan nilai, dan menjual.

Semakin berkembangnya teknologi saat ini, tentunya akan memudahkan perusahaan dalam mempromosikan hotelnya sebaik dan semenarik mungkin untuk menarik perhatian wisatawan agar para wisatawan yang akan berpergian ke suatu daerah baik daerah tujuan wisata

maupun daerah lainnya menjadikan hotelnya sebagai pilihan untuk dikunjungi ataupun menjadikan hotelnya sebagai referensi hotel yang wajib dikunjungi. Dengan banyaknya tamu yang berkunjung ataupun menginap itu artinya pihak hotel mendapat keuntungan dengan meningkatnya *room occupancy* hotel (tingkat hunian kamar).

Promosi melalui media sosial adalah salah satu strategi pemasaran perusahaan yang cukup baik dan praktis. Perusahaan hanya dituntut untuk selalu aktif dan kreatif memberikan informasi-informasi tentang hotelnya, baik foto-foto hotel, fasilitas yang dimiliki hotel dan juga keuntungan yang didapatkan jika menginap di hotelnya, karena dengan begitu banyak orang yang akan mengenal dan mengetahui tentang hotelnya. Sam Decker (Mass Relevance), mengatakan bahwa “ media sosial adalah konten dan interaksi digital yang dibuat oleh dan antara orang yang satu dengan lainnya”. Menurut Immawati Fitri Lestari (2019:2), dalam bukunya Kreatif di Sosmed Ala Milenial terdapat empat ciri-ciri media sosial yaitu; ada partisipasi pengguna, ada keterbukaan, adanya perbincangan, dan adanya keterhubungan.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin modern ini, banyak perusahaan dalam bidang jasa khususnya hotel menggunakan fasilitas internet dan media sosial untuk mempermudah wisatawan melakukan *reservasi* kamar secara *online*. Menurut Emmita Devi Hari Putri (2016:39), *Reservasi* adalah suatu pemesanan kamar yang dilakukan beberapa waktu sebelumnya, yang diperoleh hotel dari berbagai sumber

dengan menggunakan berbagai cara pemesanan untuk memastikan bahwa tamu memperoleh kamar pada waktu proses *check-in*. Dalam hal ini pengertian *reservasi* adalah suatu transaksi yang menyangkut tentang penyediaan tempat, pelayanan khusus fasilitas-fasilitas lainnya untuk penumpang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa pesawat terbang”.

Reservasi online dapat memudahkan wisatawan untuk memesan kamar, karena wisatawan tidak harus datang langsung ke hotel untuk melakukan pemesanan kamar. Biasanya *reservasi online* dapat dilakukan melewati email, telepon dan aplikasi *travel agent online*. Dengan Adanya *travel agent*, konsumen atau pelanggan memiliki pilihan hotel yang sangat banyak dan dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan. Pelanggan bisa langsung memesan kamar hotel melalui *travel agent* atau *event organizer* dalam memenuhi kebutuhannya dengan mudah.

Jambuluwuk Malioboro Hotel merupakan salah satu hotel berbintang yang ada di daerah Yogyakarta yang telah menggunakan akses *travel agent online* yang berguna untuk mempermudah wisatawan memesan kamar secara *online*. Jambuluwuk Malioboro Hotel bekerjasama dengan beberapa aplikasi *travel agent online* seperti, Agoda, Tiket.com, dan Traveloka untuk mempromosikan hotelnya.

Lokasi hotel yang strategis berada di pusat kota yang menjadi tujuan utama wisatawan *domestik* maupun *mancanegara* berkunjung ke kota Yogyakarta, maka aplikasi *travel agent online* sangat membantu perusahaan

untuk memperkenalkan hotelnya dan menarik perhatian wisatawan untuk menginap dan berkunjung ke hotelnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Aplikasi *Travel Agent Online* Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun di atas bahwa kenyataannya saat ini teknologi semakin berkembang dengan pesat, yang berarti menuntut perusahaan akomodasi untuk aktif dan kreatif serta memanfaatkan segala cara yang dapat menarik tamu sebanyak banyaknya guna untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel, baik melalui *sales call*, *trevel agent offline* maupun *travel agent online*, maka rumusan masalah yang akan peneliti ambil dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan aplikasi Agoda terhadap tingkat hunian kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel?
2. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan aplikasi Tiket.com terhadap tingkat hunian kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel?
3. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan aplikasi Traveloka terhadap tingkat hunian kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan agar tidak keluar dari pokok permasalahan yang akan dibahas yaitu: apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel aplikasi *travel agent online* (Agoda, Tiket.com, Traveloka) terhadap tingkat hunian kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel aplikasi *travel agent online* (Agoda, Tiket.com, Traveloka) terhadap tingkat hunian kamar di Jambuluwuk Malioboro Hotel.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai apakah media sosial berpengaruh dalam mempromosikan suatu perusahaan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pengaruh aplikasi media sosial terhadap penjualan suatu kamar hotel.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perusahaan tentang apa saja faktor- faktor yang dapat meningkatkan penjualan kamar dan juga bagaimana promosi yang harus diperhatikan dalam menjual kamar dalam media sosial.

4. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan agar menjadi bahan referensi bagi para konsumen dalam melakukan pembelian kamar secara online.