

**PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT DAN *DIRECT BOOKING*  
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI CAKRA KUSUMA HOTEL  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata

Oleh:

**SINTA WIDYA KISWORO**

**318200357**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA  
2020**

**PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT DAN *DIRECT BOOKING*  
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI CAKRA KUSUMA HOTEL  
YOGYAKARTA**



Oleh:

**SINTA WIDYA KISWORO**

**318200357**

**Telah disetujui oleh:**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

Drs. Santosa,MM  
NIDN. 0519045901

Hermawan Prasetyanto,S.ST.,MM  
NIDN. 0516057101

Mengetahui

Hermawan Prasetyanto,S.ST.,MM  
NIDN. 0516057101

**BERITA ACARA UJIAN**

**PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT DAN DIRECT BOOKING  
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI CAKRA KUSUMA HOTEL  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Oleh

**SINTA WIDYA KISWORO**

**318200357**

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal: 30 Januari 2020

**TIM PENGUJI**

Penguji Utama : Yudi Setiaji, SH., MM : .....

Penguji I : Drs. Santosa, MM : .....

Penguji II : Hermawan Prasetyanto, S.ST.MM : .....

Mengetahui  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, MM  
NIDN. 0526125901

**MOTTO**

*“Everything Is Energy and That's All There Is To It. Match the Frequency Of The Reality You Wany And You Cannot Help But Get That Reality”*

*-Albert Einstein-*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya bapak Marjaka dan ibu Suhartini yang selalu memberikan dukungan yang tak henti-hentinya
2. Adik saya tercinta Nur Widya Kisworo yang selalu membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Teman-teman Studi Lanjut 2018 yang saling memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan canda yang tak terlupakan. Tetap semangat, tetap solid dan saling dukung ya guys.

Dan semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu, yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk penulis. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sain Terapan Pariwisata pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Batasan masalah pada skripsi ini adalah Pengaruh Online Travel Agent dan *direct booking* terhadap tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa online travel agent dan *direct booking* berpengaruh dengan tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta. Saran untuk Cakra Kusuma Hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar adalah selain memberikan promo yang menarik juga memberikan pelayanan yang cepat dan dengan serius dalam melakukan perawatan properti.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucap terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, MM selaku pembimbing I yang dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.ST., MM selaku pembimbing II sekaligus Ketua Jurusan Program Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan serta petunjuk – petunjuk pada penulisan ini.
3. Bapak Yudi Setiaji,SH.,MM selaku penguji utama yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberikan pengarahan pada tulisan ini.
4. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberika fasilitas dan kemudahan dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Bapak Dwi Agus Kristianto, SE.,M.Par.,CHE selaku General Manager Corporate Cakra Kusuma Hotel dan Ibu Ratna R Yudianari selaku Sales Marketing Manager Corporate yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian disana dan selalu dengan senang hati memberikan ijin untuk meninggalkan tempat kerja diwaktu membutuhkan bimbingan dengan Dosen.
6. Serta seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya untuk mengisi kuesionare yang diajukan.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Yogyakarta, 27 Januari 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB IPENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Online Travel Agent .....	8
1. Pengertian Online Travel Agent .....	8
2. Jenis-Jenis Online Travel Agent .....	10
3. Macam – macam Online Travel Agent .....	11

4. Faktor Pendukung Keberhasilan Online Travel Agent .....	12
5. Extranet System .....	12
6. E-commerce Memudahkan Pengelolaan Online Tavel Agent .....	14
7. Ancaman menggunakan E-commerce Dalam Dunia Perhotelan ..	15
8. Indikator OTA.....	15
B. Direct Booking .....	16
1. Pengertian Direct Booking .....	16
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Direct Booking .....	17
3. Indikator Direct Booking .....	17
C. Tingkat Hunian Kamar.....	18
1. Pengertian Tingkat Hunaian Kamar .....	18
2. Faktor Yang Mempengaruhi Direct Booking .....	19
3. Indicator Direct Booking .....	21
D. Promosi .....	22
E. Kerangka Pemikiran .....	23
F. Penelitian Terdahulu .....	24
G. Hipotesis.....	26

## **BAB II METODELOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
C. Populasi Dan Sample .....	28
D. Metode Pengumpulan Data .....	28
E. Variable dan Indikator Penelitian .....	30

F. Metode Analisa Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	41
B. Accomodation .....	45
C. Struktur Organisasi Cakra Kusuma Hotel.....	48
D. Karakteristik Responden .....	50
E. Tanggapan Responden Terhadap Setiap Pertanyaan .....	52
F. Pengujian Instrumen penelitian .....	63
G. Metode Analisa Data .....	65
H. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN .....	23
TABEL 3.1 SKALA LIKERT .....	29
TABEL 3.2 KRITERIA RELIABILITAS .....	36
TABEL 4.1 Tanggapan Responden Variable Online Travel Agent .....	53
TABEL 4.2 Tanggapan Responden Variable Direct Booking .....	60
TABEL 4.3 HASIL UJI VALIDITAS .....	65
TABEL 4.4 HASIL UJI RELIABILITAS .....	66
TABEL 4.5 HASIL UJI NORMALITAS .....	67
TABEL 4.6 HASIL PERHITUNGAN UJI T .....	67
TABEL 4.7 HASIL UJI R <sup>2</sup> .....	69
TABEL 4.8 HASIL UJI F .....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 4.1 Gambar Logo Cakra Kusuma Hotel .....	41
GAMBAR 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Usia.....	50
GAMBAR 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
GAMBAR 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Jenjang Karir .....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 4.1 Gambar Logo Cakra Kusuma Hotel .....	41
GAMBAR 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Usia.....	50
GAMBAR 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
GAMBAR 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Jenjang Karir .....	52

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ota dan *direct booking* secara simultan maupun parsial terhadap tingkat hunian kamar Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta dan variable bebas (ota dan *direct booking*) yang dominan terhadap tingkat hunian kamar Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah 105 tamu yang menginap di Cakra Kusuma Hotel dengan sample sebanyak 100% dari jumlah populasi yaitu 105 orang. Variable penelitian terdiri dari OTA dan *direct booking* sebagai variable bebas, dan tingkat hunian kamar sebagai variable terikat.

Hasil uji ANOVA F hitung lebih besar daripada F tabel ( $55,666 > 3,09$ ) artinya OTA dan *direct booking* berpengaruh signifikan terhadap tingkat hunian kamar Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta. Nilai R square ( $R^2$ ) sebesar 50,12% yang artinya OTA dan *direct booking* memiliki pengaruh terhadap tingkat hunian kamar sebesar 50,12% dan sisanya 49,88% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t dari variable OTA sebesar 55,51% sedangkan nilai uji t dari variable *direct booking* sebesar 43,40% atau nilai t pada variable OTA lebih besar dari nilai t pada variable *direct booking*. Artinya OTA merupakan variable bebas yang berpengaruh dominan terhadap tingkat hunian kamar Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta.

Kata Kunci: *online travel agent*, *direct booking*, *occupancy* (tingkat hunian kamar)

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sinta Widiya Kisworo

NIM : 318200357

Jurusan : Pengelolaan Perhotelan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Online Travel Agent dan Direct Booking Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta” adalah hasil karya pribadi dan tidak berisi materi yang ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti gunakan sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 28 Januari 2020

Sinta Widiya Kisworo



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata di Indonesia telah menjadi sektor strategis dalam sistem perekonomian nasional yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan Negara. Seiring berkembangnya pariwisata, maka keberadaan kelengkapan akomodasi seperti transportasi, hotel dan tempat menginap sangat dibutuhkan. Pengertian Pariwisata yang telah dirumuskan ke dalam Undang-undang No.10 tahun 2009 yang memberikan pengertian bahwa kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Berkembangnya dunia pariwisata mempengaruhi jumlah kebutuhan akan akomodasi termasuk kebutuhan akan hotel. Tuntutan para wisatawan yang ingin mendapatkan layanan akomodasi sesuai dengan permintaan mendorong usaha hotel terus meluas, baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif. Hal ini tidak terlepas dari frekuensi perjalanan manusia dari waktu ke waktu.

Perhotelan tidak hanya terdiri dari bisnis tradisional melainkan telah berubah secara signifikan menjadi industri yang peranannya sangat menentukan bagi internasional usaha perjalanan, kesejahteraan ekonomi dan juga peningkatan transportasi baik darat, laut, udara. Oleh karena itu

penurunan jumlah kunjungan wisata baik domestik maupun mancanegara akan berimbas pada tingkat hunian kamar (*occupancy*). Usaha perhotelan memiliki ciri khusus yaitu perpaduan antara usaha menjual *product* nyata (*tangible product*) seperti kamar, makanan dan minum, dengan usaha menjual jasa pelayanan (*intangible product*) seperti keramah tamahan, sopan santun, kecepatan, dll.

Perkembangan hotel di Yogyakarta sangat pesat, kemunculan hotel-hotel baru tidak hanya berlokasi ditengah kota. Tahun 2019 ini sudah merebah di pinggiran kota maupun di daerah wisata yang notabenenya sulit dijangkau. Seiring dengan kemajuan teknologi yang menjadi akar terciptanya era globalisasi telah menjadikan kehidupan manusia berada dalam dua dimensi yang berbeda, interaksi, komunikasi, sosialisasi, relasi dan sebagainya, tidak hanya dilakukan di dunia nyata kini kemajuan teknologi telah menciptakan dunia baru, dunia non material namun memiliki jangkauan yang luas. Sebut saja dunia maya adalah media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal balik secara *online*. Media sosial kini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran, sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan produk atau konten. Melihat kenyataan ini hotel dituntut aktif dan kreatif serta memanfaatkan segala cara untuk menarik tamu sebanyak-banyaknya, baik melalui *direct booking*, *sales call*, *travel agent* (*offline*) dan yang paling terkini adalah menggunakan *online travel agent*.

Perkembangan teknologi juga turut merubah pola pikir dan keinginan tamu dalam memesan kamar hotel. Fenomena ini harus disikapi dengan positif dan mengelolanya dengan baik oleh hotel. *Online travel agent* adalah salah satu produk kemajuan jaman yang sedang *booming* saat ini, serta merubah peta pemesanan kamar yang dahulunya *direct* atau *go show* beralih menggunakan *online travel agent*. Jelas mengakibatkan tamu yang dahulu langsung memesan melalui reservasi, marketing maupun *front office* beralih menggunakan *online travel agent*. Promosi merupakan salah satu unsur terpenting dan sngat berpengaruh terhadap perusahaan, untuk memaksimalkan provit penjualan, meskipun produk yang dijual memiliki mutu yang bagus, dan murah jika tidak disertai dengan promosi yang baik maka produk tersebut tidak akan diketahui oleh konsumen dan pada akhirnya provit yang dihasilkan tidak akan maksimal. Maraknya hotel baru yang sedang tumbuh di Yogyakarta akan menjadi *competitor* yang cukup berat bagi Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta untuk berlomba-lomba mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Sehingga dengan banyaknya *competitor* yang dimiliki Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta harus mampu memperluas jaringan guna meningkatkan tingkat hunian kamar, dengan menggunakan *online travel agent* seperti Traveloka, Booking.com, Tiket.com, Agoda, Expedia, pegi-peg.com, Mister Aladin, dll. Dengan demikian Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta mampu menembus belahan bumi mana pun, baik Indonesia maupun mancanegara. Dengan adanya *online travel agent* konsumen akan dengan mudah memilih jenis kamar,

harga kamar, dan lokasi hotel yang diinginkan. Oleh karena itu dibutuhkan keaktifan untuk selalu mengelola *online travel agent*. Pengelolaan *online travel agent* ini sangat penting dan akan berdampak dalam tingkat hunian kamar, jika tidak dikelola dengan baik akan menjadi *boomerang* bagi pihak hotel, karena bukan tidak mungkin akan terjadi *over booking*. Berdasarkan sistem informasi yang digunakan Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta tahun 2019 asal tamu yang menginap cenderung lebih banyak menggunakan pemesanan melalui *online travel agent* seperti Traveloka sebanyak 1.020 orang, pegi-peg.com sebanyak 90 orang, expedia sebanyak 234 orang, agoda sebanyak 240 orang, walk in guest sebanyak 308 orang, *direct booking (direct sales, reserv by website resmi dan by phone)* sebanyak 657 orang.

Berdasarkan uraian di atas penulis terdorong untuk menulis penelitian di bidang promosi, lebih tepatnya manfaat menggunakan *online travel agent* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta dan mengangkat judul **“PENGARUH *ONLINE TRAVEL AGENT* DAN *DIRECT BOOKING* TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI CAKRA KUSUMA HOTEL YOGYAKARTA”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *online travel agent* (OTA) terhadap tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta?

2. Apakah ada pengaruh *direct booking* terhadap tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta?
3. Diantara *online travel agent* (OTA) dan *direct booking* media manakah yang lebih berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta?

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat keterbatasan waktu, cakupan dan aktifitas penelitian ini hanya membatasi mengenai:

1. Analisis *online travel agent* (OTA) terhadap tingkat hunian kamar yang dilakukan di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta
2. Media yang digunakan dalam menentukan tingkat hunian kamar dibatasi menjadi dua media yaitu *online travel agent* (OTA) khususnya Traveloka dan *direct booking* yang hanya mencakup dalam reservasi individual.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh (*online travel agent*) OTA khususnya Traveloka terhadap tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *direct booking* terhadap tingkat hunian kamar di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui media manakah yang lebih berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar, antara *online travel agent* (OTA) dan *direct booking* di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Penulis

Penelitian ini sangat penting bagi penulis untuk memperluas pengetahuan dalam bidang promosi, sehingga penulis bisa menerapkan dalam dunia kerja.

2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan untuk evaluasi sejauh mana keberhasilan Cakra Kusuma Hotel dalam meningkatkan hunian kamar melalui media *online travel agent*.

3. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai penambahan referensi karya tulis ilmiah dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan bagi kalangan akademis yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.