

**ANALISIS PENETAPAN HARGA KAMAR TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN KAMAR DI HERMES PALACE HOTEL BANDA ACEH**

KARYA TULIS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Yang Diperlukan Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya Pariwisata

Oleh:

Cut Raihan Fadhillah
2206010004



PROGRAM STUDI D3 PERHOTELAN
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
2025

LEMBARAN PERSETUJUAN

Telah disetujui untuk diajukan kepada panitia ujian karya tulis akhir

Program Studi D3 Perhotelan Fakultas Vokasi

Universitas Muhammadiyah Aceh

Judul:

ANALISIS PENETAPAN HARGA KAMAR TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN KAMAR DI HERMES PALACE HOTEL BANDA ACEH

Banda Aceh, 11 Agustus 2025

Pembimbing



Maya Agustina, S.E., M.Si

NIDN: 1318088101

1

LEMBARAN TANDA TANGAN

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Karya Tulis Akhir
Program Studi D3 Perhotelan
Telah Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
Dari Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya Perhotelan

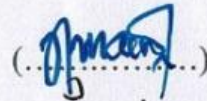
Pada Tanggal 11 Agustus 2025

Panitia Penguji:

Penanggung Jawab : Ira Dama Yanti, S.T., M.T
NIK: 19820107 200902 2 001



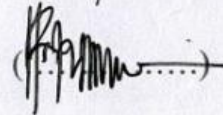
Pembimbing : Maya Agustina, S.E., M.Si
NIDN: 1318088101



Penguji I : Ira Dama Yanti, S.T., M.T
NIK: 19820107 200902 2 001



Penguji II : Riska Nanda, S.Pd., M.Sc
NIK: 19940725 202007 2 001



PENGESAHAN KARYA TULIS AKHIR

Judul : Analisis Penetapan Harga Kamar Terhadap Tingkat
Penjualan Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh

Namamahasiswa : Cut Raihan Fadhillah

NPM : 2206010004

Program Studi : D3 Perhotelan

Banda Aceh, 11 Agustus 2025

Disahkan Oleh
Pembimbing

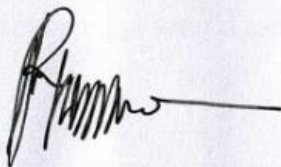


Maya Agustina, S.E., M.Si

NIDN: 1318088101

Diketahui/disahkan oleh:

Program Studi D III Perhotelan
Ketua



Riska Nanda, S.Pd., M.Sc
NIK : 19940725 202007 2 001

Fakultas Vokasi
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan



Ira Dama Yanti, S.T., M.T.
NIK: 19820107 200902 2 001

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA TULIS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Cut Raihan Fadhillah

NPM : 2206010004

Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh, 25 Januari 2004

Program Studi : D3 Perhotelan

Alamat : Lr. Sarung Keris, Desa Lambhuk

Kecamatan Ulee Kareng, Kota Banda Aceh

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis Akhir (KTA) yang berjudul: **Analisis Penetapan Harga Kamar Terhadap Tingkat Penjualan Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh** adalah benar-benar Hasil Karya Tulis Akhir saya sendiri, bukan hasil Karya Ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tugas akhir ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai kebijakan.

Banda Aceh, 11 Agustus 2025
Yang Menyatakan,



Cut Raihan Fadhillah

2206010004

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Akhir (KTA) ini dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Kamar Terhadap Tingkat Penjualan Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.”**

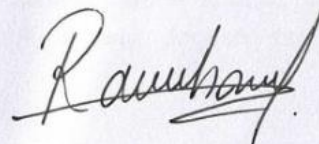
Selanjutnya shalawat beriring salam penulis sanjungkan kepangkuan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang telah kita rasakan saat ini. Tak lupa pula kepada keluarga dan sahabatnya yang senantiasa ikut dalam menegakkan agama Allah SWT di muka bumi ini.

Dalam penyusunan karya tulis akhir ini, penulis menyadari sangat banyak sekali hambatan dan tantangan yang harus di jalani oleh penulis, serta banyak juga kesulitan-kesulitan lain yang penulis dapatkan, hal ini disebabkan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulisan dalam karya tulis akhir Meski demikian, karena banyak bantuan dari berbagai pihak, Alhamdulillah penulis telah dapat menyelesaikan dengan baik, maka dalam kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada

1. Ibu Ira Dama Yanti, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu Riska Nanda, S.Pd., M.Sc. selaku Ketua Prodi Perhotelan Universitas Muhammadiyah Aceh.

3. Ibu Maya Agustina, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberi bimbingan hingga selesainya Karya Tulis Akhir ini.
4. Seluruh staff Fakultas Vokasi dosen prodi Perhotelan Universitas Muhammadiyah Aceh yang turut serta memberikan dorongan dan bimbingan dalam penyusunan Karya Tulis Akhir ini.
5. Ibunda tercinta dan kakak yang telah banyak memberikan material dan dukungan dalam menyelesaikan Karya Tulis Akhir ini. Ayahnda sudah wafat (alm) ketika penulis berusia 2 tahun 8 bulan.
6. Teuku Dihya Saputra yang selama ini sudah sangat banyak memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis. Berperan sebagai sosok pasangan, sosok saudara laki-laki dan juga sebagai sosok ayah yang selama ini penulis belum pernah merasakannya.
7. Kepada semua sahabat dan teman-teman senasib seperjuangan yang telah turut menyumbangkan pikiran serta memberikan semangat baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penulisan Karya Tulis Akhir ini.

Banda Aceh, 11 Agustus 2025
Penulis



Cut Raihan Fadhillah
2206010004

ABSTRAK

ANALISIS PENETAPAN HARGA KAMAR TERHADAP TINGKAT

PENJUALAN KAMAR DI HERMES PALACE HOTEL BANDA ACEH.

Hotel menjadi solusi pertama yang akan dicari konsumen ketika sedang melakukan perjalanan wisata. Kesempatan bagi setiap perusahaan untuk semakin giat dalam perebutan pasar. Tidak tepat dalam menentukan harga kamar, akan berdampak pada perusahaan. Harga kamar tentunya memiliki pengaruh yang signifikan bagi perusahaan, maka dari itu setiap hotel akan berlomba-lomba dalam menawarkan kamar yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sama hal nya seperti Hermes Palace Hotel Banda Aceh, memberikan kenyamanan kepada tamu merupakan tujuan utama, memberikan banyak pilihan kamar yang tentunya dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Pokok masalah yang sering terjadi yaitu dalam penentuan harga kamar, bagaimana pengaruh harga kamar terhadap tingkat persentase penjualan setiap kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga kamar terhadap tingkat persentase penjualan setiap kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Adapun dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dengan menggunakan data penjualan kamar dari 12 Februari sampai 12 Mei 2025 dengan cara melakukan observasi dan wawancara. Hasil wawancara jawaban dari informan yaitu karyawan *Front Office* menyatakan bahwa kamar yang paling banyak terjual adalah kamar dengan tipe *deluxe*. Kesimpulannya adalah harga memiliki pengaruh yang sangat berdampak kepada perusahaan, setiap tamu yang akan menginap di Hermes Palace Hotel Banda Aceh akan membandingkan harga kamar sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Maka dari itu hotel harus bijak dalam menentukan harga kamar agar sesuai dengan kebutuhan, tipe kamar *deluxe* menjadi andalan bagi setiap tamu yang datang untuk menginap di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Saran penulis yaitu terus *upgrade* promo-promo terbaru dan memberikan *discount* (potongan harga) kamar kepada tamu pada saat tertentu seperti *weekend*, musim liburan, hari besar keagamaan, akhir dan awal tahun. Menjaga kualitas kamar walaupun terkadang kamar sedang dalam keadaan *full booking* dan mengutamakan kenyamanan tamu yang datang dengan selalu menjaga kebersihan di sekitar hotel.

Kata kunci: Harga Kamar, Penjualan Kamar, Tujuan Penetapan Harga, Faktor Penetapan Harga

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	viii
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Harga Kamar.....	5
2.1.2 Tujuan Penetapan Harga.....	6
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	7
2.1.4 Penjualan Kamar	10
2.2 Kajian Terdahulu yang Relevan.....	11
BAB III METODE PENELITIAN	13
3.1 Pendekatan Penelitian.....	13
3.2 Populasi dan Sampel.....	13
3.3 Subjek Penelitian	14
3.4 Sumber Data Penelitian	14
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	15
3.6 Teknik Analisis Data	17
3.7 Sistematika Penulisan.....	18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	19

4.1 Gambaran umum Hermes Palace Hotel Banda Aceh.....	19
4.2 Hasil Penelitian.....	21
4.2.1 Hasil Data Observasi	22
4.2.2 Hasil Data Persentase	23
4.2.3 Grafik Persentase Penjualan	24
4.2.4 Hasil Wawancara.....	26
4.3 Pembahasan	27
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	29
5.1 Kesimpulan.....	29
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	31

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Harga dan Fasilitas Kamar.....	8
Tabel 2. Kajian Terdahulu.....	11
Tabel 3. Data Tamu Menginap.....	22
Tabel 4. Data Penjualan Kamar	23
Tabel 5. Data Persentase	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Organisasi <i>Sales Marketing</i>	20
Gambar 2. Bagan Organisasi <i>Front Office</i>	21
Gambar 3. Grafik Persentase Penjualan	25
Gambar 4. Foto Bersama <i>Front Office Manager</i>	33
Gambar 5. Foto bersama <i>Assistan Sales Manager</i> dan <i>Sales Admin</i>	33
Gambar 6. <i>Deluxe Room</i>	34
Gambar 7. <i>Junior Room</i>	34
Gambar 8. <i>Bussines Room</i>	34
Gambar 9. <i>Executive Room</i>	35
Gambar 10. <i>President Room</i>	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Observasi.....	36
Lampiran 2. Lembar Wawancara.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian. Pariwisata mempunyai peran dalam pertumbuhan ekonomi negara dan juga pendapatan negara. Semakin meningkat wisatawan yang berkunjung maka akan semakin meningkat pula nilai penjualan pariwisata di negara tersebut. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha yang saling berkaitan antara satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, salah satu kebutuhan wisatawan yaitu hotel.

Hotel adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yakni menyediakan jasa penginapan, jasa makan dan minum serta juga tersedia fasilitas pendukung lainnya untuk masyarakat umum sebagai mana ditulis, Mularsari et al (2022). Hotel biasanya banyak digunakan sebagai tempat untuk menginap atau tempat peristirahatan sementara dari perjalanan jauh. Seperti halnya wisatawan yang datang berkunjung ke suatu daerah atau suatu negara, akan memilih hotel sebagai tempat penginapannya karena sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung lainnya.

Setelah pemerintahan orde baru, perkembangan dan pertumbuhan hotel menjadi sangat pesat sebagai mana ditulis, Safnat (2022). Hal tersebut membuat setiap hotel akan bersaing secara ketat dalam perebutan pasar. Maka dari itu, setiap hotel akan lebih terdepan dalam menyediakan fasilitas-fasilitas yang

lengkap dan tentunya berguna untuk tamu yang menginap. Selain fasilitas-fasilitas yang mendukung, pelayanan yang ramah dan juga penawaran harga kamar yang dinilai relatif terjangkau dan sesuai akan sangat berpengaruh terhadap nilai penjualan di hotel.

Setiap hotel menawarkan harga jual sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka akan semakin meningkat pula harga yang ditawarkan sebagai mana ditulis, Harwindito et al (2022). Penetapan harga kamar yang sesuai dan tepat sangat membutuhkan perhatian yang ekstra dan khusus. Penentuan harga kamar yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan mempengaruhi terhadap pendapatan dan penjualan kamar hotel setiap tahunnya. Penetapan harga kamar yang tepat dan sesuai akan berpengaruh terhadap minat konsumen yang berkelanjutan di masa depan.

Harga kamar memiliki pengaruh yang signifikan karena adanya suatu proses penjualan yang diukur dengan sejumlah uang yang akan dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah barang atau jasa bahkan kombinasi antara keduanya. Untuk membangun hubungan antara hotel dengan konsumen, pentingnya menetapkan atau menentukan harga kamar yang sesuai dengan fasilitas yang disediakan dan kebutuhan konsumen. Harga mempunyai pengaruh langsung sebagai peran utama dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan akan menjadi alasan utama pelanggan untuk kembali menginap di hotel tersebut.

Hermes Palace Hotel Banda Aceh merupakan satu-satunya hotel bintang 5 di Aceh. Hal ini membuat Hermes Palace Hotel Banda Aceh menjadi pilihan konsumen untuk tempat menginap yang mempunyai fasilitas yang lengkap dan

nyaman. Namun dalam beberapa bulan ini, penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh mengalami penurunan dari bulan-bulan sebelumnya. Penurunan penjualan yang terjadi dikarenakan berkurangnya wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh. Hermes Palace Hotel Banda Aceh terus mengusahakan beberapa strategi yang dinilai sangat berdampak pada pendapatan hotel. Salah satunya adalah dengan memberikan *discount* (potongan harga) kamar kepada tamu pada saat tertentu seperti *weekend*, musim liburan, hari besar keagamaan, akhir dan awal tahun.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian Karya Tulis Akhir ini mengenai “**Analisis Penetapan Harga Kamar Terhadap Penjualan Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga kamar terhadap penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh?
2. Bagaimana tingkat persentase penjualan setiap kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga kamar terhadap penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui tingkat persentase penjualan setiap kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Hotel

Sebagai masukan dan referensi informasi untuk hotel.

2. Bagi Akademik

Dapat memberikan referensi dan data yang penting kepada pihak akademik untuk analisis dan pengembangan penelitian yang akan datang.

3. Bagi Penulis

Bisa menambah wawasan dalam melakukan penelitian tentang **Analisis Penetapan Harga Kamar Terhadap Penjualan Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Harga Kamar

Terdapat beberapa pendapat ahli terkait definisi harga kamar, salah satunya menurut Hengki dalam Tania (2021), “Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).” Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat diubah dengan cepat.

Hal serupa mengenai harga kamar yaitu dari menurut Kusumastuti dalam Harwindito (2022), “Harga pokok produksi yang tidak tepat memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga yang seharusnya ditawarkan.” Pengertian harga kamar menurut Fandy Tjiptono dalam Susetyo (2021), adalah “Keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit.” Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Namun, keputusan mengenai harga (terutama dalam konteks pemasaran jasa) tidak mudah dilakukan.

Dapat disimpulkan menurut beberapa pendapat ahli terkait definisi Harga kamar memiliki makna yaitu, “Pendapatan atau pemasukkan tetap bagi setiap perusahaan hotel tergantung terhadap harga kamar yang ditetapkan,

tepat dalam menentukan harga maka akan menunjang keberhasilan. Harga dapat berubah dengan cepat maka dari itu memungkinkan perusahaan menawarkan harga yg lebih tinggi ataupun rendah dari harga pasaran awalnya.”

2.1.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Kotler (2018), “Beberapa tujuan penetapan harga antara lain: (1) kemampuan bertahan (*survival*); (2) laba maksimum saat ini (*maximum current profit*); (3) pangsa pasar maksimum (*maximum market share*); (4) pemerahan pasar maksimum (*maximum market skimming*); (5) kepemimpinan kualitas produk (*product- quality leadership*); dan (6) tujuan-tujuan lainnya (*otber obejectives*).”

Adapun tujuan penetapan harga oleh suatu perusahaan menurut Tania et al (2021) adalah sebagai berikut :

a. Untuk memaksimalkan laba.

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal, penentuan harga dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

b. Untuk memperbesar *market share*.

Penetapan harga bertujuan untuk memperluas dan memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

c. Mutu produk.

Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa harga tinggi dapat menjamin tingginya kualitas produk tersebut dibandingkan dengan harga pesaing.

d. Untuk bertahan hidup.

Penentuan harga dilakukan semurah mungkin dengan tujuan agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

e. Pesaing.

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menurut William J. Stanton dalam Tania (2021), pada dasarnya ada dua faktor yang mempengaruhi penetapan harga, yaitu :

1. Memperkirakan permintaan produk. Ada dua langkah dalam memperkirakan permintaan, yaitu :
 - a. Memperkirakan berapa besarnya harga yang diharapkan. Harga yang

diharapkan untuk suatu produk adalah harga yang secara sadar atau tidak sadar dinilai oleh calon konsumen atau pelanggan.

b. Memperkirakan penjualan dengan harga yang berbeda.

2. Reaksi Pesaing. Merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman persaingan yang potensial. Sumber persaingan tersebut berasal dari tiga macam yaitu : produk yang serupa, produk pengganti dan produk yang tidak serupa.

Indikator harga menurut Kotler dalam Suryana (2018), menjelaskan bahwa: “Ukuran yang mencirikan harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli.”

Hermes palace hotel banda aceh menyediakan kamar dengan berbagai tipe supaya para konsumen dapat memilih kamar sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Adapun suatu kamar tersebut ditetapkan harga jualnya, tentu sudah melewati berbagai pertimbangan serta syarat untuk kelengkapan kamar yang sesuai dengan harga jualnya.

Berikut ini merupakan tipe kamar yang tersedia di hermes palace hotel banda aceh berserta dengan harga jual dan fasilitas-fasilitas yang disediakan:

Tabel 1. Daftar Harga dan Fasilitas Kamar

No	Jenis Kamar	Harga Kamar	Fasilitas
1.	Deluxe Room	Rp. 1.000.000 (luas kamar 28 m ²)	1. Air Conditioner 2. Mini bar 3. Wardrobe 4. Coffee Table

2.	Bussines Room	Rp. 1.300.000 (luas kamar 35 m ²)	5. IDD telephone line 6. Internet access 7. Coffe and Tea making fasilitas 8. Hair dryer 9. Cold and hot water 10. Personal safety deposit box 11. Individual –controlled air conditioning system 12. Luggage rack
3.	Junior Room	Rp. 2.100.000 (luas kamar 49 m ²)	
4.	Executive Room	Rp. 3.000.000 (luas kamar 56 m ²)	
5.	President Room	Rp. 6.000.000 (luas kamar 70 m ²)	1. Air C onditioner (AC) 2. Minibar 3. Wardrobe 4. Coffe Table 5. IDD telephone line 6. Internet access 7. Coffe and Tea making facilities 8. Hair drye 9. Cold and hot water 10. Personal safety deposit box 11. Individual –controlled air conditioning system 12. Living room 13. Luggage rack 14. 2 Bathroom 15. 2 Television 16. 2 Mirror 17. Baju kimono 18. Hangers 19. Kitchen net

Sumber: Observasi Peneliti, 2025

Kamar dengan tipe *Deluxe Room*, *Junior Room*, *Bussines Room* dan *Executive Room* memiliki fasilitas yang sama. Namun, mengapa harga jual bisa berbeda-beda? Tentunya perbedaan harga tersebut disesuaikan dengan luas dari

kamar pada setiap tipe nya. Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh memiliki luas yang berbeda-beda dengan harga yang bervariasi, bertujuan untuk memudahkan para konsumen dalam memilih tipe kamar apa yang akan ditempati sesuai dengan kebutuhannya.

2.1.4 Penjualan Kamar

Definisi Penjualan Kamar memiliki beberapa pendapat dari para ahli salah satunya menurut Harnanto dalam Tuturoong (2021), menuliskan bahwa pendapatan adalah “Kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya”. Menurut Sohib dalam Tuturoong (2021), “Pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu.”

Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Namun untuk kepentingan akuntansi, penambahan modal sebagai akibat penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat tersendiri dengan akun pendapatan. Pendapatan menurut Fabiana Meijon Fadul dalam Pefriyanti (2023), “Pendapatan adalah penghasilan yang muncul dari pelaksanaan kegiatan entitas normal dan dikenal dengan sebutan berbeda, sebagai penjualan, pendapatan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.”

2.2 Kajian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan analisis pengaruh harga kamar terhadap penjualan kamar yang dapat digunakan sebagai referensi dan sumber data pendukung, diantaranya :

Tabel 2. Kajian Terdahulu

NO	Nama	Judul	Metode	Hasil
1.	Baskoro Harwindito, Adinda Rizka Wulandari, Nenny Wahyuni (2020)	Analisis kebijakan penentuan harga kamar terhadap tingkat hunian di Hotel Dafam Wonosobo (studi kasus pada penentuan harga kamar)	Metode kualitatif deskriptif	Kebijakan penentuan harga kamar yang dimiliki Hotel Dafam Wonosobo didasarkan atas beberapa strategi, panduan dari manajemen pusat, survey pasar, dan kondisi kompetitor. Kebijakan tersebut dibuat agar harga yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen dan dapat berbanding lurus dengan faktor yang ada
2.	Adelin Tania, Asmawi (2021)	Analisis Pengaruh Harga Kamar Terhadap Penjualan Kamar di Montigo (studi kasus pada pengaruh harga kamar)	Metode penelitian pendekatan kuantitatif	Harga kamar merupakan faktor penting yang mempengaruhi tingkat penjualan kamar sehingga harus diperhatikan dan dijaga kestabilannya demi kepuasan tamu yang datang dan menginap di Montigo Resorts Nongsa. Setiap kenaikan harga kamar diikuti dengan kualitas produk yang lebih baik serta pelayanan dan fasilitas yang diberikan ditingkatkan untuk mengimbangi kenaikan harga.

NO	Nama	Judul	Metode	Hasil
3.	Rianita Nurani Lindasari (2024)	Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Room Kamar di Hotel Swiss Bellin Karawang. (studi kasus strategi penetapan harga)	Metode kualitatif deskriptif	Penerapan metode Activity Based Costing (ABC) dalam menghitung cost kamar di Hotel Swiss-Belinn Karawang telah menghasilkan biaya kamar yang lebih terkontrol untuk berbagai jenis kamar. Hal ini disebabkan oleh pengalokasian biaya yang didasarkan pada aktivitas dan sumber daya yang digunakan oleh setiap jenis kamar, serta penggunaan lebih dari satu cost driver. Hasil perhitungan menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam biaya overcosting pada periode sebelumnya

Sumber: Analisis Peneliti, 2025

Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, yaitu:

a. Persamaan

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu, yaitu dalam hal objek penelitian yang sama-sama diteliti adalah industri perhotelan yang berkaitan dengan penetapan harga kamar.

b. Perbedaan

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, yaitu dalam hal metode penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan metode metode deskriptif kuantitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif (eksploratif) berupa studi kasus teknik penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan mendeskripsikan objek penelitian dalam memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif yaitu mengetahui secara keseluruhan tentang penetapan harga kamar terhadap penjualan kamar. Menurut Sugiyono (2024), “Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data yang dikonversi menjadi angka (*scoring*).”

3.2 Populasi dan Sampel

Sampel diambil berupa jumlah Penjualan Kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh dari bulan Februari sampai Mei 2025, yang ditentukan dengan menggunakan *convenience sampling* sebagaimana ditulis, Sekaran (2019). Menurut Sugiyono (2018), *convenience sampling* juga disebut *accidental sampling* adalah “teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan mudah dijangkau.” Teknik ini termasuk dalam *non-probability sampling*, di mana peluang setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel tidak diketahui. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang sudah pernah datang untuk menginap, memesan makanan di *restaurant*, menghadiri *event wedding*,

berenang di *pool*, liburan pada saat *weekend* dan berbuka puasa di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Pada bulan Februari-Mei merupakan puncak dari ramainya pengunjung yang datang dengan berbagai aktivitas dan keperluan yang berbeda-beda. Populasi dari tamu yang berkunjung ke Hermes Palace Hotel Banda Aceh dari bulan Februari-Mei 2025 berjumlah 25.000 pengunjung. Kemudian sampel diambil dari jumlah tamu yang datang untuk memesan kamar karena akan menetap dalam beberapa hari. Adapun sampel dari bulan Februari-Mei 2025 berjumlah kurang lebih 6.380 pengunjung yang menginap.

3.3 Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), “Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian.” Subjek penelitian dapat memberikan informasi mengenai data penelitian yang dapat menjelaskan karakteristik subjek yang diteliti. Subjek penelitian ini adalah beberapa karyawan yang bekerja di Hermes Palace Hotel Banda Aceh khususnya di bagian *Front Office* dan *Sales Marketing*. Adapun informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karyawan *Front Office* : 1 Orang
2. Karyawan *Sales Marketing* : 2 Orang

3.4 Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi

mengenai penelitian sebelumnya. Sumber dari penelitian sebelumnya menjadi informasi bagi penulis untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018), “Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari informan objek penelitian. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Target sasarannya adalah beberapa karyawan yang bekerja di Hermes Palace Hotel Banda Aceh khususnya di bagian *Front Office* dan *Sales Marketing*.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2024), “Data sekunder ialah sumber yang tidak langsung dimana memberi data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian.” Dalam penelitian ini data sekunder adalah yaitu: 1) Literatur; 2) Artikel; 3) Jurnal; serta 4) Situs online yang berkaitan dengan penelitian ini

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti dapat memastikan

bahwa data yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2024), menyatakan bahwa secara umum terdapat 4 (empat) macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/triangularisasi (observasi, wawancara dan studi kepustakaan).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumen analisis

1. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati, serta mencatat keadaan di sekitar secara sistematis terhadap objek tertentu yang berada di lokasi penelitian. Menurut Sugiyono (2024), “Observasi adalah kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang holistik (menyeluruh).” Alat pengumpulan data atau instrumen yang digunakan dalam proses observasi, adalah: Pedoman pengamatan dan Rekaman gambar (Lampiran 1)

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan percakapan antara dua orang ataupun lebih, dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait hal yang akan dilakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2018), “Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.” Dalam penelitian ini subjek wawancara adalah beberapa karyawan yang

bekerja di Hermes Palace Hotel Banda Aceh khususnya di bagian *Front Office* dan *Sales Marketing*.

Alat pengumpulan data atau instrumen yang digunakan dalam proses wawancara adalah: Lembar Pertanyaan (Lampiran 2)

3. Dokumen analisis

Menurut Sugiyono (2018), “Dokumen analisis merupakan proses sistematis untuk mengkaji dan menafsirkan informasi yang terdapat dalam berbagai dokumen, baik cetak maupun elektronik, untuk mengungkap makna, memperoleh pemahaman dan menarik kesimpulan.” Alat pengumpulan data atau instrumen yang digunakan dalam proses dokumen analisis adalah:

Lembar Observasi (Lampiran 1)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses pengolahan data untuk mengidentifikasi pola, hubungan serta informasi penting yang berkaitan dengan penelitian untuk mendapatkan hasil dari penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2018), “Analisis data merupakan proses untuk mengelompokkan pengurutan data kedalam ketentuan-ketentuan yang ada untuk memperoleh hasil sesuai dengan data yang telah didapatkan.”

Dalam memperoleh hasil tersebut, penelitian ini menggunakan data sekunder mengenai harga tarif kamar dan tingkat penjualan. Hermes Palace Hotel Banda Aceh menetapkan rata-rata harga kamar sesuai dengan fasilitas yang disediakan disetiap tipe kamarnya. Data yang diambil adalah data kebijakan harga

terhadap tingkat hunian, yang menganalisis data dari tanggal 12 Februari sampai 12 Mei 2025.

Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui lembar observasi terhadap tingkat hunian pada setiap tipe kamar yang tersedia di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk persentase yang dibuat menjadi grafik tingkat penjualan.

Adapun rumusnya yaitu, Tania (2021):

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Jumlah penjualan keseluruhan setiap tipe kamar}}{\text{Jumlah penjualan perbulan}} 100$$

3.7 Sistematika Penulisan

- BAB I : Mencakup pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.
- BAB II : Mencakup tinjauan pustaka yang berisi definisi harga kamar, tujuan penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga dan penjualan kamar.
- BAB III : Mencakup tentang metode dan Teknik mengolah data yang akan digunakan dalam penelitian.
- BAB IV : Mencakup tentang pokok permasalahan mengenai pengaruh harga kamar terhadap penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.
- BAB V : Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan, saran dan lampiran-lampiran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Hermes Palace Hotel Banda Aceh

Hermes Palace Hotel Banda Aceh merupakan satu-satunya hotel bintang 5 di Aceh yang beralamat di jalan Teuku Panglima Nyak Makam Gampong Lambhuk Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Hermes Palace Hotel Banda Aceh pertama kali diresmikan pada tahun 2006.

Awal mulanya pada tanggal 5 November yaitu pasca tsunami, Hermes Tamhrin menghadiri *Event Dealer Gathering Global Group* di Banda Aceh. Sulitnya bagi para pelaku bisnis, investor atau pekerja NGO/LSM karena pada saat itu tidak ada fasilitas maupun infrastruktur untuk mengakomodir *event*. Karena tidak ada pilihan lain, terpaksa harus terbang ke Medan hanya untuk beristirahat dan pada esok harinya harus kembali ke Banda Aceh.

Pada tanggal 11 Maret 2006 sejak pertama kali Hermes Tamhrin menginjakkan kaki di Aceh, pemancangan tiang pertama pembangunan hotel dilakukan. Kurang lebih memakan waktu pembangunan selama 6 bulan, pada tanggal 15 Agustus 2006 hotel telah diresmikan oleh Pjs. Gubernur Nanggroe Aceh Darussalam Mustafa Abubakar dengan nama Swissbel Hotel.

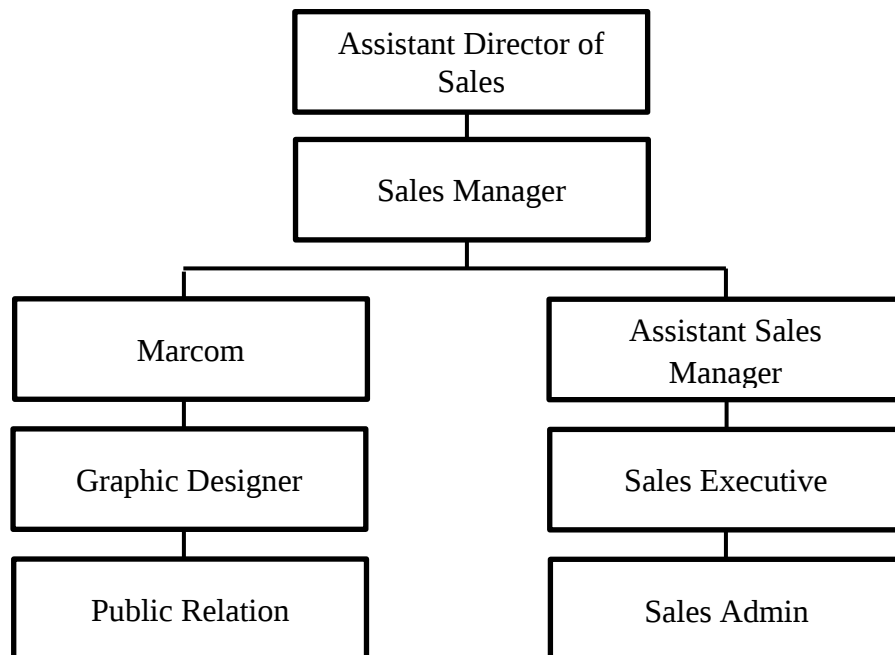
Pergantian nama Swissbel Hotel menjadi Hermes Palace Hotel Banda Aceh karena adanya kesepakatan manajemen PT. Berlian Global Perkasa untuk mengakhiri kontrak kerja sama dengan Swissbel Hotel International. Memiliki total 163 kamar serta fasilitas-fasilitas lainnya yang sangat memenuhi standar

hotel bintang 5. Pada tanggal 23 Mei 2018 Hermes Palace Hotel Banda Aceh resmi menjadi hotel bintang 5 satu-satunya di Aceh.

Hermes Palace Hotel Banda Aceh berkembang semakin pesat dan semakin maju pada setiap tahunnya. Perkembangan hotel tersebut tidak luput dari usaha para staff dalam membangun citra hotel agar terus semakin maju. Departemen yang sangat berperan dalam meningkatkan reputasi hotel yaitu departemen *Sales Marketing* dan *Front Office*. Dimana mereka harus menjadi garda terdepan dalam mengusahakan penjualan kamar secara berlanjut. Tidak hanya berada di penjualan yang relatif stabil, namun harus terus mengusahakan penjualan supaya berada di tingkat penjualan kamar tinggi.

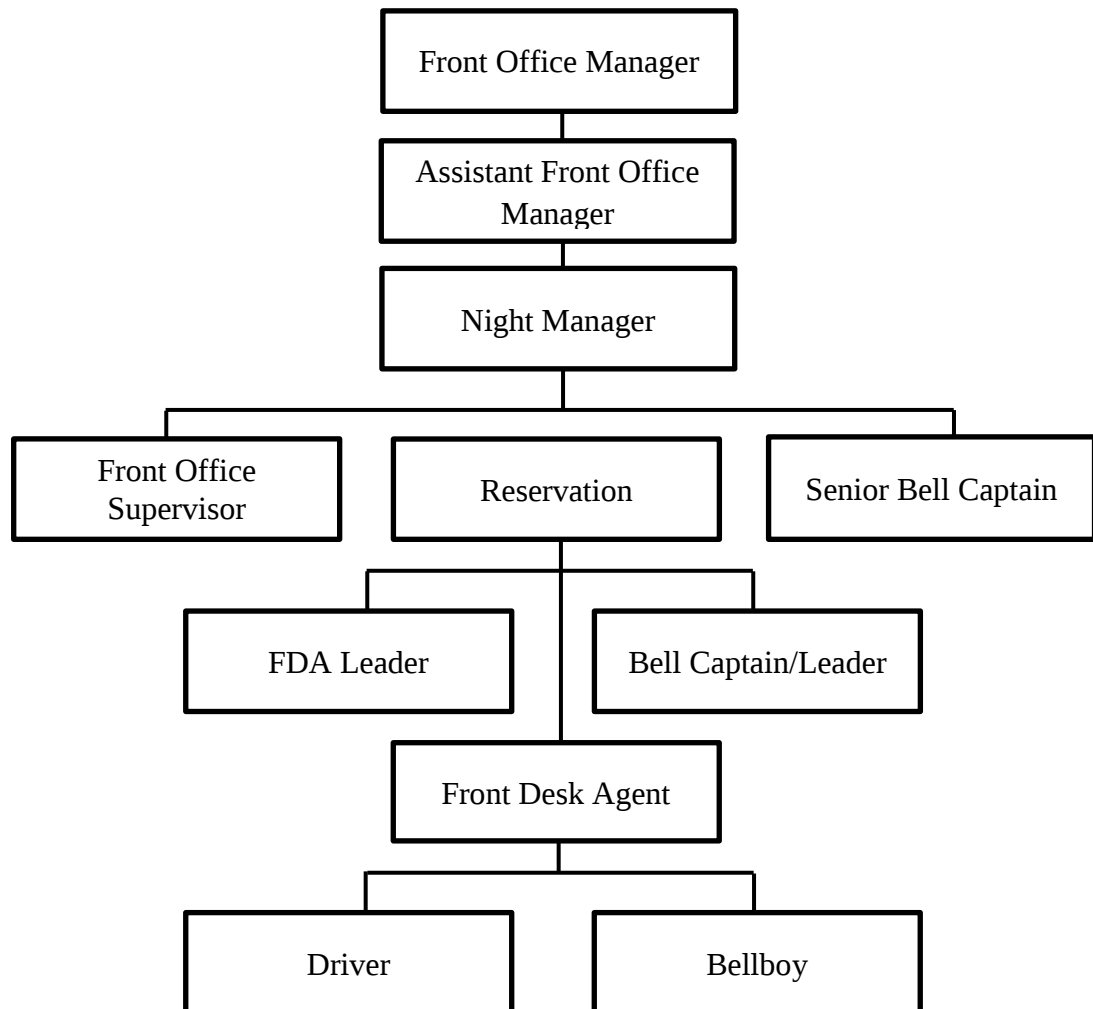
Adapun Struktur Organisasi dari *Sales Marketing* dan *Front Office* adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Bagan Organisasi *Sales Marketing*



Sumber: Departemen *Sales Marketing*, 2025

Gambar 2. Bagan Organisasi *Front Office*



Sumber: Departemen *Front Office*, 2025

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Data Observasi

Menurut Sugiyono (2024), “Hasil data observasi adalah data yang diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap suatu objek penelitian. Observasi ini bisa dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, tergantung pada jenis penelitiannya.”

Adapun data yang didapatkan berikut ini merupakan hasil observasi peneliti dari 12 Februari sampai 12 Mei 2025, menggunakan *convenience sampling* adalah tamu yang pernah menginap di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.

Tabel 3. Data Tamu Menginap

NO	Jenis Kamar	Jumlah Kamar	Persen Kamar	Penjualan Bulan Februari	Penjualan Bulan Maret	Penjualan Bulan April
1.	Deluxe Room	121	74.23%	1294	1301	1498
2.	Bussines Room	20	12.27%	295	313	349
3.	Junior Room	12	7.37%	220	248	290
4.	Executive Room	8	4.91%	129	145	159
5.	President Room	2	1.22%	30	49	60
Totalnya :		163	100%	1.968	2.056	2.356

Sumber: *Front Office*, 2025

Untuk mendapatkan persentase pada setiap tipe kamar yang ada di Hermes Palace Hotel Banda Aceh, penjumlahan yang digunakan pada penelitian ini adalah: $\frac{\text{Jumlah Penjualan Kamar}}{\text{Jumlah Keseluruhan Kamar}} 100$

Penjumlahan ini merupakan penjumlahan sederhana yang dipakai oleh departemen *Front Office* dalam menghitung jumlah penjualan kamar pada

setiap bulan. Tentunya sangat memudahkan ketika akan melihat perbandingan penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.

Data yang digunakan dalam penelitian ini, merupakan data penjualan kamar yang dijumlahkan untuk mendapatkan hasil persentase penjualan kamar pada setiap tipenya di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Adapun datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Data Penjualan Kamar

NO	Jenis Kamar	Penjualan Bulan Februari	Penjualan Bulan Maret	Penjualan Bulan April	Jumlah Penjualan
1.	Deluxe Room	1294	1301	1498	4.093
2.	Bussines Room	295	313	349	957
3.	Junior Room	220	248	290	758
4.	Executive Room	129	145	159	433
5.	President Room	30	49	60	139

Sumber: *Front Office*, 2025

4.2.2 Hasil Data Persentase

Setelah proses observasi penelitian di Hermes Palace Hotel Banda Aceh dari 12 Februari sampai 12 Mei 2025. Data yang terkumpul akan diolah dan disajikan dalam bentuk persentase untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mudah dipahami.

Adapun data persentase penjualan kamar berikut ini diperoleh dari data tamu yang menginap di Hermes Palace Hotel Banda Aceh dari 12 Februari sampai 12 Mei 2025 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Data Persentase

Persentase Perbulan	Jumlah Keseluruhan 163 kamar				
	Deluxe Room	Bussines Room	Junior Room	Executive Room	President Room
Februari	31.61%	30.82%	29.02%	29.79%	21.58%
Maret	31.79%	32.71%	32.72%	33.49%	35.25%
April	36.60%	36.47%	38.26%	36.72%	43.16%
Totalnya :	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: Analisis Peneliti, 2025

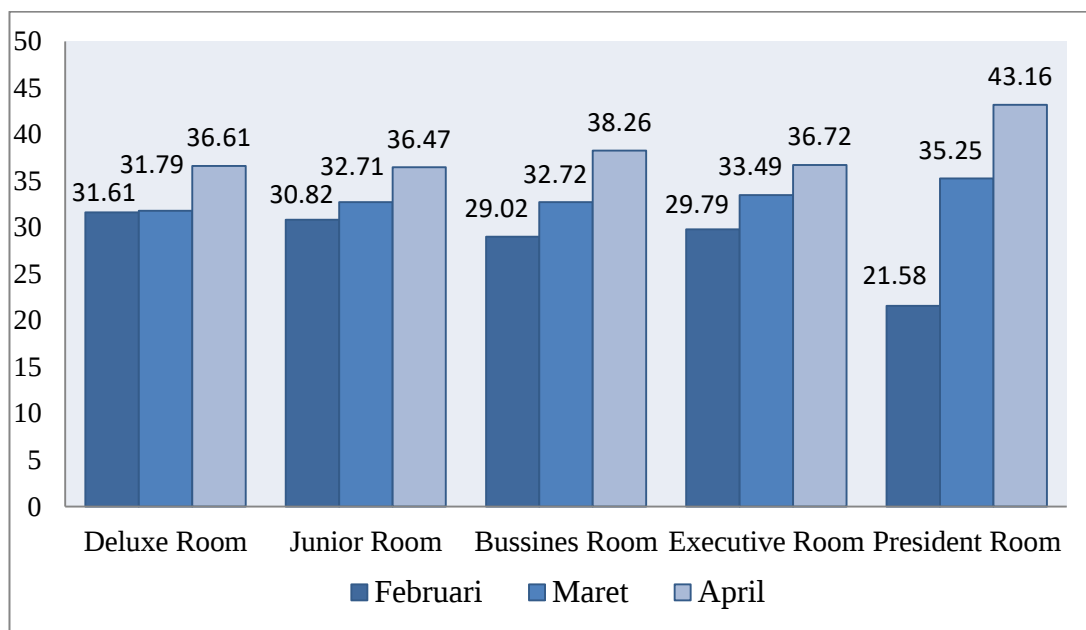
4.2.3 Grafik Persentase Penjualan

Menurut Sugiyono (2024), “Grafik persentase merupakan salah satu cara untuk menyajikan data dalam penelitian kuantitatif, khususnya untuk menunjukkan perbandingan antar kategori atau kelompok dalam suatu variabel. Grafik persentase dapat membantu peneliti untuk memvisualisasikan data secara lebih mudah dipahami, terutama ketika ingin menunjukkan proporsi atau bagian dari keseluruhan.” Dalam menyajikan hasil dari data persentase penjualan, dapat menggunakan beberapa grafik yang dinilai tepat dan sesuai dengan jenis data yang ingin disajikan. Data persentase penjualan

dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk grafik supaya mempermudah pada saat membandingkan tingkat penjualan perbulannya.

Adapun grafik persentase penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh dari 12 Februari sampai 12 Mei 2025 adalah sebagai berikut:

Gambar 3. Grafik Persentase Penjualan



Sumber: Analisis Peneliti, 2025

Pada penelitian ini, grafik persentase tingkat penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh divisualisasikan dalam bentuk diagram batang atau (*bar chart*). Adapun penjelasan mengenai diagram batang sebagai mana ditulis, Sugiyono (2019). “Diagram batang adalah teknik visualisasi data yang menggunakan batang persegi panjang untuk membandingkan berbagai kategori informasi. Panjang atau tinggi batang pada diagram batang menunjukkan nilai dari setiap kategori, dimana batang yang lebih panjang menunjukkan nilai yang lebih besar.”

4.2.4 Hasil Wawancara

Wawancara ini dilakukan untuk penelitian mengenai pengaruh harga kamar terhadap persentase penjualan kamar yang berlatar belakang di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. Penentuan harga kamar hotel memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan, tingkat hunian dan kepuasan pelanggan sebagai mana ditulis, Rusmawati (2019).

Berikut ini merupakan hasil wawancara dari beberapa staff *Front Office* dan *Sales Marketing* yang bekerja di Hermes Palace Hotel Banda Aceh adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menentukan harga kamar agar sesuai dengan kebutuhan konsumen ?

Budgeting di awal, untuk pemerintahan penentuan harga kamar yang sesuai dengan golongannya. Ada harga pemerintah, harga staff serta golongan 1,2,3,4. Harga yang ditetapkan lebih fleksibel dengan pemerintahan yang bertujuan juga untuk menarik. Dengan tawaran harga kamar yang bervariasi, menjadi solusi bagi setiap golongan untuk memilih kamar apa yg diinginkan. Namun, dengan rate bintang 5 tentunya Hermes Palace Hotel menjadi tujuan utama konsumen penting, seperti pemerintahan, tamu tamu pejabat, presiden dan golongan atas lainnya. (Maisurah, *Assistan Sales Manager*, wawancara juli 2025)

2. Point penting apa yang diusahakan oleh perusahaan dalam menawarkan kamar terhadap konsumen?

Fasilitas yang diberikan, memberikan *welcome drink* dan pada saat tamu melakukan proses *check in* segera dibantu supaya tamu tidak menunggu. Membawakan barang tamu hingga ke kamar dan kamar sudah dalam keadaan *ready*, pendingin sudah aktif sehingga tamu bisa langsung istirahat dengan nyaman. (Cintia, *Sales Admin*, wawancara 2025)

3. Berdasarkan pengalaman anda, kamar dengan tipe apa yang paling banyak terjual ?

Kamar yang paling banyak terjual di Hermes Palace Hotel Banda Aceh itu ada di tipe *deluxe*, karena dengan harga yang *affordable* tapi sudah dilengkapi dengan semua fasilitas, sudah *free breakfast* dan *free slice fruit* yang disediakan di kamar, tentunya menjadi kamar *bestseller* di Hermes Palace Hotel Banda Aceh. (Rara, *Front Office Manager*, wawancara juli 2025)

4. Menurut anda, apakah harga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan tipe kamar apa yang akan dipilih ?

Harga itu hal pertama yang dipikirkan konsumen untuk memilih tipe apa yang akan di pilih, harga juga di *compare* dengan fasilitas, setelah itu tamu baru menentukan pilihan sesuai dengan keadaan, semisal tamu melakukan perjalanan bisnis, perusahaan sudah menentukan tipe kamar apa yang akan di tempati, maka tamu harus menempati kamar tersebut. Jika tamu yang datang bersama keluarga, mungkin akan memilih kamar yang lebih luas. (Rara, *Front Office Manager*, wawancara juli 2025)

5. Dengan upaya meningkatkan penjualan kamar, bagaimana peran front office menawarkan kamar terhadap konsumen ?

Dengan memberikan informasi yang lengkap selengkapnya tentang kamar. Setelah itu melakukan *upselling* dan *crossselling*, *upselling* di sini adalah bagaimana cara meyakinkan tamu untuk upgrade tipe kamar, contohnya misal ada tamu yang pada awalnya sudah *membooking* tipe kamar *deluxe*, *front office* harus bisa meyakinkan tamu tersebut untuk *upgrade* tipe kamar hanya dengan menambahkan beberapa ratus ribu saja, tapi jika dari gelagatnya tamu memang tidak menginginkan, jangan dipaksa. (Rara, *Front Office Manager*, wawancara juli 2025)

4.3 Pembahasan

Dari hasil wawancara di atas, jawaban dari informan yaitu karyawan *Front Office* menyatakan bahwa kamar yang paling banyak terjual adalah kamar dengan tipe *deluxe*. Kamar dengan tipe *deluxe* merupakan kamar yang memiliki harga jual paling rendah, namun fasilitas yang disediakan juga tidak kalah lengkapnya dengan tipe kamar yang lain. Dengan tersedianya harga kamar yang beragam,

sangat memudahkan konsumen dalam menentukan tipe kamar apa yang dijadikan tempat istirahat.

Berdasarkan data persentase penjualan kamar di Hermes Palace Hotel Banda Aceh dari 12 Februari sampai 12 Mei 2025. Awal bulan Februari penjualan kamar mengalami penurunan, namun penjualan tersebut semakin meningkat di bulan April dan Mei. Peningkatan penjualan kamar tersebut tentunya, akan sangat berdampak terhadap perusahaan dan karyawan yang bekerja di Hermes Palace Hotel Banda Aceh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Hermes Palace Hotel Banda Aceh, penulis dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Harga merupakan faktor utama yang akan diperhatikan oleh konsumen ketika hendak memilih tipe kamar apa yang akan dipilih. Selain harga yang akan diperhatikan oleh konsumen, fasilitas yang disediakan juga menjadi pilihan tamu dalam memilih.
2. Tipe kamar *deluxe* menjadi andalan bagi setiap tamu yang datang untuk menginap di Hermes Palace Hotel Banda Aceh, hasil dari wawancara bersama *Assistan Manager Front Office* menyatakan bahwa kamar yang paling banyak terjual adalah kamar dengan tipe *deluxe*.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, penulis memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan kedepannya dalam mengutamakan kebutuhan tamu terhadap kepuasan dalam meningkatkan penjualan kamar. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Pihak *Front Office* maupun *Sales Marketing* harus terus mengutamakan kebutuhan tamu dengan menyediakan tipe kamar yang bervariasi sesuai dengan kondisi tamu. Terus mengupgrade promo-promo terbaru dan

memberikan *discount* (potongan harga) kamar kepada tamu pada saat tertentu seperti *weekend*, musim liburan, hari besar keagamaan, akhir dan awal tahun.

2. Tetap menjaga kualitas kamar walaupun terkadang kamar sedang dalam keadaan *full booking* dan mengutamakan kenyamanan tamu yang datang dengan selalu menjaga kebersihan di sekitar hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell. J. W. 2019. *“Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran”* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harwindito, B. ddk. 2022. “Analisis Kebijakan Penentuan Harga Kamar Terhadap Tingkat Hunian Di Hotel Dafam Wonosobo” *Jurnal Manajemen Dirgantara*, Politeknik Sahid Vol.15, No.2 c-ISSN: 2252 – 7451; e-ISSN: 2622-0946, Hal 234-243
- Kotler. 2018. *“Manajemen Pemasaran di Indonesia”* Edisi 15. Jakarta: PT. Erlangga Group
- Mularsari, A. dan A. Farika. 2022. “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Rooseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era” *Turn Journal*, Universitas Nasional Jakarta Vol.2, No 1, Hal 17-30
- Nurani, R. L. 2024. “Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Room Kamar di Hotel Swiss Bellin Karawang” *Jurnal Ekonomi Manajemen* Vol.1, No.2 e-ISSN: 3048-3573 p-ISSN: 3063-4989
- Pefriyanti, dan Wahyuni. 2023. *“Analisis Pendapatan Berdasarkan Sak Etap Pada Pt. Kampong Teripang Kabupaten Bintan”* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pembangunan Tanjungpinang
- Rusmawati, Y. D. J. 2019. “Pengaruh Harga Kamar dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen di Shangrila Hotel Surabaya” *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* Universitas Islam Lamongan Vol. 4, No. 1 p-ISSN: 2502-3780 e-ISSN: 2621: 881X
- Safnat, P. F. 2022. *“Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2010-2020”* Universitas Islam Indonesia Fakultas Bisnis Dan Ekonomika.
- Sekaran, U. 2019. *“Metode Penelitian Untuk Bisnis”* Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *“Metode Penelitian”* Bandung: PT. Alfabet.
- _____. 2019. *“Statistika Untuk Penelitian”* Bandung: PT. Alfabet.
- _____. 2024. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D”* Bandung: PT. Alfabet

- Suryana, P. dan I. Muliasari. 2018. "Harga Dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung" *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Universitas Pasundan Vol.11, No.1, Hal 15-24
- Susetyo, D. ddk. 2021. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Boutiq Yarni Palembang" *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol : 10.01.2021 ISSN: 2089-2330, Hal 69-80
- Tania, A. dan Asmawi. 2021. "Analisis Pengaruh Harga Kamar Terhadap Penjualan Kamar Di Montigo Resorts Nongsa, Batam" *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, Politeknik Sahid Vol.6, No.1 c-ISSN: 2541-447X; e-ISSN: 2541-4488, Hal 57-64
- Tuturoong, A. dan ddk. 2021. "Evaluasi Pengakuan Pendapatan Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Primaesa Sejahtera Manado" *Jurnal EMBA*, Universitas Sam Ratulangi Vol.9 No.2 ISSN: 2303-1174, Hal 148-156

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Gambar 4. Foto Bersama *Front Office Manager*



Gambar 5. Foto bersama *Assistan Sales Manager* dan *Sales Admin*



Gambar 6. *Deluxe Room*



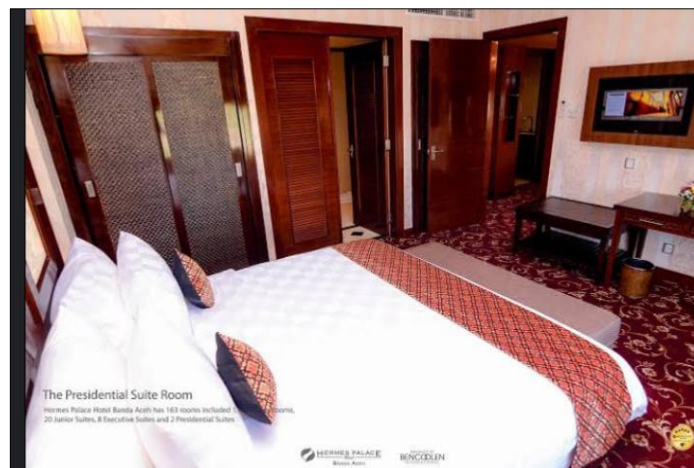
Gambar 7. *Junior Room*



Gambar 8. *Bussines Room*



Gambar 9. *Executive Room*



Gambar 10. *President Room*

Lampiran 1

LAMPIRAN INSTRUMEN PENELITIAN

LEMBAR OBSERVASI

NO	Jenis Kamar	Jumlah Kamar	Penjualan Bulan Februari	Penjualan Bulan Maret	Penjualan Bulan April
2.	Deluxe Room	121			
3.	Bussines Room	20			
4.	Junior Room	12			
5.	Executive Room	8			
6.	President Room	2			

Lampiran 2

LAMPIRAN DAFTAR PERTANYAAN

LEMBAR WAWANCARA

Informan	Fokus Pertanyaan	Daftar Pertanyaan
Karyawan <i>Sales Marketing</i>	Harga Kamar Penjualan Kamar	1. Bagaimana cara menentukan Harga Kamar agar sesuai dengan kebutuhan konsumen ? 2. Point apa yang diusahakan oleh perusahaan dalam menawarkan kamar terhadap konsumen?
Karyawan <i>Front Office</i>	Tingkat Penjualan	1. Berdasarkan pengalaman anda, kamar dengan tipe apa yang paling banyak terjual ? 2. Menurut anda, apakah harga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan tipe kamar apa yang akan dipilih ? 3. Dengan upaya meningkatkan penjualan kamar, bagaimana peran front office menawarkan kamar terhadap konsumen ?