

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri di era modern ini membawa arus perekonomian suatu negara menjadi fluktuatif tiap tahunnya. Hal ini dapat terjadi karena adanya beberapa faktor pengaruh, salah satunya yaitu banyaknya jumlah bisnis perhotelan yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Selain itu, perkembangan bisnis perhotelan ini didukung dengan adanya banyak orang yang suka melakukan perjalanan individu maupun kelompok dengan maksud dan tujuan yang sama seperti wisata ataupun urusan bisnis. Orang-orang ini kebanyakan akan menggunakan hotel sebagai tempat untuk menginap dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki daya tarik wisata yang terkenal dengan keindahan budaya dan alam yang mana mampu memikat para wisatawan untuk berkunjung menghabiskan liburan dalam jangka waktu tertentu. Yogyakarta juga merupakan salah satu kota tujuan favorit utama orang-orang untuk berlibur ke tempat-tempat wisata. Banyak orang menghabiskan liburan panjang dengan menginap di hotel-hotel yang terletak dekat dengan kawasan wisata untuk menikmati liburannya. Disisi lain dengan adanya banyak tempat wisata yang ada dapat menambah jumlah pengunjung yang datang berkunjung dan juga dapat menambah jumlah bisnis perhotelan yang ada. Selain itu, banyaknya tempat wisata yang ada tidak hanya menarik minat wisatawan domestik saja untuk berkunjung akan tetapi hal tersebut juga diminati oleh wisatawan mancanegara juga. Sehingga jumlah bisnis perhotelan di Yogyakarta dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya mengalami peningkatan seperti terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Banyaknya hotel menurut Kabupaten/Kota di Yogyakarta tahun 2014 dan 2015

Kabupaten/Kota <i>Regency/City</i>	Bintang <i>Star</i>		Non Bintang <i>Non Star</i>		Jumlah <i>Total</i>	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kulonprogo	-	-	27	26	27	26
Bantul	1	1	248	261	249	262
Gunungkidul	1	1	70	69	71	70
Sleman	26	26	366	363	392	389
Yogyakarta	43	57	356	362	399	419
D. I. Yogyakarta	71	85	1.067	1.081	1.138	1.166

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (2016) Yogyakarta yang ditunjukkan oleh Tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah total hotel di Yogyakarta meningkat dari 1.138 buah di tahun 2014 menjadi 1.166 buah pada tahun 2015. Selain itu, menurut data BPS Yogyakarta (2016) tentang jumlah wisatawan yang datang dan menginap di Yogyakarta mengalami kenaikan sebesar 4,62 persen dari tahun 2014 ke tahun 2015. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2014 jumlah wisatawan yang datang dan menginap meningkat dari 3.877.771 orang menjadi 4.056.916 orang di tahun 2015. Berdasarkan jumlah wisatan yang berkunjung, sebanyak 1.697.748 orang (41,85 persen) menginap di hotel bintang dan 2.359.168 orang (58,15 persen) menginap di hotel *non* bintang. Sehingga hal ini mendorong bisnis-bisnis hotel yang ada baik pada kategori hotel bintang maupun *non* bintang lebih bersaing secara kompetitif dan membuat permainan harga di lingkungan pasar semakin variatif. Menurut Giri et al. (2016), tiap tahunnya muncul pesaing-pesaing baru yang kuat untuk bersaing ke pasar dan mendapatkan keuntungan. Hal tersebut menjadikan persaingan sebagai tantangan terbesar bagi bisnis perhotelan untuk mengukur kesuksesan dari bisnisnya.

Dalam hal ini bisnis perhotelan dituntut untuk menyediakan kamar hotel yang lebih berkualitas dengan harga yang tepat. Selain melakukan perbaikan dalam segi kualitas jasanya, perusahaan juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang berkaitan dengan harga jasa tersebut. Hal ini juga tidak lepas dengan adanya peran negosiasi harga yang melibatkan interaksi antara pihak penjual dan pembeli dalam menentukan kesepakatan harga sewa kamar hotel. Selain itu, pada negosiasi harga penjual menggunakan strategi penjualan untuk mendapatkan harga perdagangan tertinggi. Sedangkan disisi lain, pembeli menggunakan strategi pembelian untuk mendapatkan

harga perdagangan terendah (Patrikar et al., 2015). Menurut Moosmayer et al. (2013), perusahaan sangat jarang membuat harga secara transparan karena kompetitif langsung terkait dengan keuntungan dan karakter strategi yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk menjaga privasi perusahaan dari kompetitornya.

Banyak faktor pada lingkungan bisnis perhotelan yang perlu dikaji dengan penggunaan strategi harga yang tepat. Hal ini sangat diperlukan ketika perusahaan akan menentukan harga kamar yang dipasarkan. Misalnya, harga untuk sebuah kamar hotel yang ditawarkan untuk individu akan lebih mahal jika dibandingkan dengan harga sebuah kamar hotel yang ditawarkan untuk kelompok pelanggan. Dimana penentuan harga jual harga kamar tersebut melibatkan berbagai macam faktor baik internal maupun eksternal. Harga merupakan salah satu kegiatan pemasaran utama dalam bisnis perhotelan. Dimana harga dapat mempengaruhi permintaan. Jika permintaan meningkat dan *supply* tetap tidak berubah maka mengarahkan untuk menaikkan harga kamar. Jika permintaan menurun dan *supply* tetap tidak berubah, maka hal tersebut mengarah untuk menurunkan harga kamar. Jadi, dibandingkan dengan tarif penuh, tarif yang lebih rendah (diskon harga) dapat menyebabkan permintaan dan total pendapatan lebih tinggi selama musim permintaan rendah. Untuk musim permintaan tinggi, pihak perhotelan hanya akan menyediakan tarif kamar penuh untuk kelompok dalam memaksimalkan pendapatannya.

Hotel Batik Yogyakarta merupakan hotel yang berlokasi dekat dengan pusat perbelanjaan terkenal di Yogyakarta yaitu Malioboro. Hotel ini memiliki beberapa tipe kamar yang ditawarkan antara lain *Economy Room*, *Standard Room*, *Moderate Cottage*, *Special Cottage*, dan *Family Room*. Hotel Batik Yogyakarta menerapkan strategi penetapan harga yaitu *High Season* (musim permintaan tinggi, seperti Tahun Baru, Idul Fitri, dan Natal), dengan memberikan harga sewa kamar lebih tinggi dibandingkan dengan harga pada hari-hari biasa (harga normal). Pada tahun 2016, pihak hotel menetapkan bulan Januari, Juli, dan Desember sebagai *High Season*. Berikut adalah grafik tingkat penjualan kamar Hotel Batik Yogyakarta periode 2016 yang ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Tingkat penjualan kamar Hotel Batik Yogyakarta tahun 2016

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kamar yang terjual pada bulan Januari, Mei, dan Agustus secara berurutan yaitu sebanyak 395 kamar, 629 kamar, dan 521 kamar. Hal ini menunjukkan tingkat penjualan kamar untuk bulan Januari yang masuk dalam kategori *High Season* lebih rendah jika dibandingkan dengan bulan Mei dan Agustus yang tidak termasuk dalam kategori *High Season* dengan selisih jumlah kamar yang terjual untuk bulan Mei sebanyak 234 kamar dan bulan Agustus sebanyak 126 kamar. Sehingga menyebabkan pendapatan hotel menjadi kurang maksimal. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan kamar yaitu menetapkan harga kamar yang optimal dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang tepat terkait penentuan harga sewa kamar.

Hal ini dilandasi dengan adanya tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan maksimal. Sehingga pihak manajemen perhotelan perlu menggunakan strategi penetapan harga yaitu *dynamic pricing*. Disisi lain, strategi penetapan harga secara dinamis tersebut dilakukan untuk menjual jasa yang sama dengan kelas harga yang berbeda kepada konsumen yang bersedia membayar kelas tersebut (Santi & Ahmad, 2010). *Dynamic pricing* merupakan strategi harga dimana bisnis menetapkan harga yang sangat fleksibel untuk produk atau jasa berdasarkan permintaan pasar saat ini. Menurut Wahyuda dan Budi (2015), *dynamic pricing* populer digunakan karena kemampuannya dalam meningkatkan pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, dengan adanya harga yang menarik mungkin dapat meningkatkan permintaan dan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penentuan harga yang pertama menurut Indreswari dan Anggraeni (2013) meneliti tentang permasalahan pengoptimasian harga sewa kamar hotel dengan model *dynamic pricing*. Data masukan yang digunakan adalah proses bisnis hotel, data penjualan kamar hotel masing-masing pelanggan, dan data harga rata-rata kamar hotel yang terjual. Penelitian ini menggunakan model eksponensial dengan metode regresi non-linier eksponensial yang telah diformulasikan dengan *dynamic pricing* untuk memprediksi permintaan pelanggan terhadap sewa kamar hotel pada periode selanjutnya. Kemudian melakukan optimasi untuk menentukan *pricing policy* pada tiap tipe pelanggan dengan metode *Genetic Algorithm* (GA).

Penelitian kedua yaitu menurut Xiaoqiang et al. (2017) mengkaji tentang penetapan harga optimal dengan membangun model harga dinamis menggunakan metode *dynamic programming* untuk meningkatkan pendapatan perusahaan yang menggunakan metode tradisional dalam penetapan harga. Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah perusahaan kereta api di China. Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan sebuah model manajemen pendapatan yang menggunakan harga dinamis dengan pengendalian inventori *seat* untuk menangani kelompok serta wisatawan individu.

Penelitian yang ketiga menurut Cosgun et al. (2014) meneliti tentang menentukan kebijakan harga optimal pada perusahaan transportasi umum maritim. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui harga optimal dengan menggunakan pemrograman dinamis probabilistik. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondisi cuaca, waktu, dan harga tiket. Selanjutnya sistem *fuzzy IF-THEN-rule-based* digunakan untuk mengidentifikasi tingkat permintaan dibawah harga yang berbeda dan karakteristik lain dari perjalanan. Dari output *Fuzzy-Ruled Based System* (FRBS) kemudian digunakan untuk membangun model penetapan harga dinamis untuk melihat kebijakan optimal dalam kondisi yang berbeda. Selanjutnya metode pemrograman dinamis probabilistik digunakan untuk menemukan kebijakan harga yang optimal.

Berdasarkan uraian permasalahan dan saran penelitian terdahulu diatas, maka dilakukan penelitian yang berfokus untuk menentukan harga sewa kamar hotel yang optimal dengan strategi harga dinamis menggunakan metode logika *fuzzy*. Metode ini digunakan untuk mengatasi ketidaktepatan tingkat kenaikan maupun penurunan harga

dan memodelkan fungsi-fungsi *non linear*. Penelitian ini bertujuan membangun sebuah model *dynamic pricing* untuk menentukan harga kamar hotel yang dapat menghasilkan harga yang optimal.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan deskripsi masalah pada latar belakang diatas maka didapatkan rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun model *dynamic pricing* untuk penentuan harga sewa kamar hotel dengan metode *Fuzzy Logic*?
2. Bagaimana harga sewa kamar hotel yang dihasilkan dari model *dynamic pricing* yang dibangun?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun model penentuan harga sewa kamar hotel dengan strategi harga dinamis.
2. Mengetahui performansi dari model *dynamic pricing* yang terbentuk untuk menentukan harga sewa kamar hotel.

1.4 Batasan Permasalahan

Penelitian ini memerlukan ruang lingkup yang terfokus pada permasalahan agar dapat menghasilkan penelitian yang baik dan terarah. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mempertimbangkan faktor-faktor terkait dengan penentuan harga kamar di Hotel Batik Yogyakarta.
2. Data mentah yang digunakan untuk pembentukan model mengacu pada data penjualan kamar Hotel Batik Yogyakarta selama 1 periode yaitu 1 Januari – 31 Desember 2016.
3. Model *dynamic pricing* untuk penetapan harga kamar yang dibangun hanya dapat digunakan di Hotel Batik Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah agar perusahaan dapat mengetahui penentuan harga sewa kamar hotel untuk membantu dalam mengevaluasi kebijakan penetapan harga yang sudah ada dan menambah ilmu pengetahuan tentang aplikasi metode *Fuzzy* terhadap permasalahan terkait penentuan harga dengan strategi harga dinamis.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini ditulis berdasarkan kaidah penulisan ilmiah sesuai dengan sistematika yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang deskripsi pendahuluan kegiatan penelitian yang meliputi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan permasalahan, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat tentang kajian literatur deduktif dan induktif yaitu teori-teori dari referensi buku maupun jurnal serta hasil penelitian terdahulu berkaitan dengan masalah penelitian yang digunakan sebagai acuan penyelesaian masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini memuat tentang uraian kerangka dan alur penelitian, obyek penelitian yang akan diteliti dan juga metode yang digunakan dalam penelitian. Metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu analisis data, dan pembangunan model.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini memuat tentang menguraikan proses pengolahan data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Yang dimaksud dengan pengolahan data juga termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh. Pada sub bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan ditulis pada bab selanjutnya.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat tentang pembahasan kritis mengenai hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian dan belum dipaparkan pada bab sebelumnya. Kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga menghasilkan sebuah rekomendasi.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat dan rekomendasi atau saran-saran atas hasil yang dicapai dari permasalahan yang ditemukan selama penelitian, sehingga perlu dilakukan rekomendasi untuk dikaji pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang sumber atau referensi yang digunakan dalam penelitian berupa nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit dan tahun terbit.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi tentang dokumen tambahan atau pendukung dalam penelitian yang biasanya disajikan dalam bentuk teks, foto atau gambar, dan tabel.