



# BALI JOURNAL OF HOSPITALITY, TOURISM AND CULTURE RESEARCH

Journal Homepage: [www.balilanguageassistance.com](http://www.balilanguageassistance.com)

## PENGARUH PENJUALAN KAMAR DAN PENJUALAN MAKANAN MINUMAN TERHADAP PENDAPATAN HOTEL DI PURI DAJUMA BEACH ECO RESORT & SPA PEKUTATAN, JEMBRANA-BALI

Ni Kadek Dwiyanti<sup>1</sup>, Putu Agus Prayogi<sup>2</sup>, I Made Bayu Wisnawa<sup>3</sup>, Komang Sudarsana<sup>4</sup>, I Gusti Agung Sasih Gayatri<sup>5</sup>

Universitas Triatma Mulya<sup>12345</sup>

### ABSTRAK

Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali merupakan salah satu industri pariwisata yang bergerak di bidang akomodasi dan pelayanan resort. Selama masa operasional selama lima tahun terakhir yaitu dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, terjadi fluktuasi kenaikan dan penurunan penjualan kamar dan penjualan makanan dan minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penjualan kamar (X1) terhadap pendapatan hotel (Y) pada Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali, pengaruh penjualan makanan dan minuman (X2) terhadap pendapatan hotel (Y) pada Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali dan pengaruh penjualan kamar (X1) dan penjualan makanan dan minuman (X2) terhadap pendapatan hotel (Y) pada Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Hotel Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 20.0 for Windows dan software Excel dengan teknik analisis linier berganda dengan hasil penelitian bahwa penjualan kamar (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan hotel pada Hotel Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali dengan hasil  $t$  hitung = 4,397 >  $t$  tabel (0,05 57) = 1,67, kemudian untuk variabel penjualan makanan dan minuman (X2) diperoleh hasil  $t$ -hitung = 4,165 >  $t$ -tabel (0,05;57) = 1,67 artinya hipotesis diterima dan terdapat pengaruh positif antara penjualan makanan dan minuman (X2) terhadap pendapatan hotel (Y). Sedangkan berdasarkan uji F diperoleh hasil  $F$ -hitung = 324,141 >  $F$ -tabel (0,05;2;57) = 3,16, artinya terdapat pengaruh antara penjualan room dan penjualan makanan dan minuman (X2) terhadap pendapatan hotel (Y) di Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali.

### ARTICLE HISTORY

Sent 15 February 2024

Accepted 18 February 2024

Approved 27 May 2024

Published 01 June 2024

### KATA KUNCI

Penjualan kamar; penjualan makanan dan minuman; pendapatan hotel

## 1. Pendahuluan

Industri perhotelan telah berevolusi untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi tamu, menghasilkan klasifikasi hotel yang beragam. Business Hotels biasanya terletak di pusat kota atau distrik bisnis, melayani para profesional dengan akomodasi singkat, biasanya satu hingga dua hari. Residential Hotels menawarkan fasilitas untuk masa inap yang lebih panjang, seringkali dengan fasilitas seperti

dapur kecil, yang ideal untuk tamu yang membutuhkan akomodasi jangka panjang. Downtown Hotels terletak di jantung area komersial atau belanja, seringkali terintegrasi dengan pusat perbelanjaan untuk memberikan kemudahan akses dan manfaat mutual bagi pengunjung dan bisnis lokal.

Di sisi lain, Resort Hotels terletak di lokasi-lokasi yang indah seperti pegunungan atau pantai, menawarkan pengalaman liburan yang lengkap dengan berbagai aktivitas rekreasi dan relaksasi. Terakhir, Suburban Motels terletak di pinggiran kota, menyediakan tempat peristirahatan yang nyaman bagi pelancong yang melakukan perjalanan jauh dan memerlukan tempat untuk menginap sementara. Setiap jenis hotel ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik tamu, dari kebutuhan bisnis yang efisien hingga pengalaman liburan yang santai, menunjukkan adaptasi industri perhotelan terhadap permintaan pasar yang beragam.

Dalam suatu hotel, kamar merupakan produk utama yang dijual dan merupakan pendapatan terbesar dalam bisnis perhotelan (binus.ac.id, 2019). Selain menyediakan kamar untuk wisatawan hotel juga menyediakan fasilitas lainnya seperti *restaurant, laundry, gym, SPA*, konferensi dan rekreasi. Fasilitas utama maupun fasilitas penunjang suatu hotel akan menghasilkan pendapatan. Coltman (2010, p. 435) menyebutkan pendapatan adalah "*money earned from sales and/or income received in exchange for good or services*" yang secara bebas diartikan uang yang didapatkan dari penjualan dan/atau pemasukan yang diterima dari pertukaran barang atau jasa. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena besar kecilnya pendapatan yang diperoleh akan memberikan gambaran bagaimana kesuksesan hotel dalam mengelola suatu operasional dalam satu periode. Dalam memaksimalkan pendapatan hotel selalu melakukan strategi bauran pemasaran karena bauran pemasaran merupakan alat yang sering digunakan untuk menganalisis kondisi dari hotel dalam rangka mempromosikan diri secara kompetitif dengan pesaing lain dalam industri pariwisata. Pendapatan dalam perkembangannya pasti mengalami fluktuasi yaitu kenaikan maupun penurunan yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor dan terjadi dalam periode tertentu baik yang periodenya harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan.

Bardi (2015, p. 16) menyebutkan bahwa "*four factors measure a hotel degree of financial success: occupancy percentage, average daily rate, yield percentage, and revenue per available room (RevPar)*". Yang dapat diartikan bahwa ada empat faktor yang dapat dijadikan untuk mengukur kesuksesan keuangan sebuah hotel yaitu persentase tingkat hunian kamar, harga kamar, persentase keuntungan, dan *revenue per available room*. Selain dapat menggambarkan kesuksesan suatu hotel dalam mengelola kegiatan operasional, penjualan kamar juga akan menentukan berapa banyak makanan dan minuman yang harus disiapkan untuk dihidangkan. Dengan adanya data tingkat hunian kamar yang akurat, maka *food & beverage Department* dapat mempersiapkan jumlah makanan dan minuman yang sesuai dengan tingkat hunian kamar sehingga pendapatan yang ingin dicapai sesuai dengan yang telah ditetapkan. Menurut Bardi (2015, p. 17), "*the food and beverages aspect of the hotel industry is essential in attracting some categories of guest who want conference services*". Sesuai dengan teori yang dijelaskan sebelumnya, dapat diartikan bahwa pendapatan makanan dan minuman penting pada suatu industri hotel untuk menarik tamu yang menggunakan jasa konferensi.

Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa merupakan hotel bintang 4 yang terletak di kecamatan Pekutatan kabupaten Jembrana yang beralamat Dusun Dauh Pangkung, Pakutatan. Berada 6 km kearah utara dari desa Pulukan dan 6,5 km dari *Brown Sugar Surfcamp* Bali. Dalam masa operasional Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa, penjualan kamar dan penjualan makanan dan minuman mengalami fluktuasi dan keadaan ini terjadi pada periode-periode tertentu. Puri Dajuma Beach Eco Resort & SPA sebelum nya belum pernah melakukan perbandingan mengapa dapat terjadinya kesenjangan kenaikan ataupun

penurunan penjualan makanan dan minuman dan jumlah kamar yang terjual terhadap pendapatan hotel.

Berdasarkan teori yang sudah dijabarkan sebelumnya, besar kecilnya penjualan kamar dan penjualan makanan dan minuman akan menentukan besar kecil pendapatan sebuah hotel. Namun pada data yang telah di sajikan sebelumnya terjadi kesenjangan yaitu kadang kenaikan pendapatan hotel diiringi oleh kenaikan penjualan kamar dan penjualan makanan dan minuman, namun terkadang kenaikan atau penurunan pendapatan suatu hotel pada periode tertentu tidak diimbangi dengan kenaikan atau penurunan penjualan kamar dan penjualan makanan dan minuman. Dengan adanya fenomena ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Penjualan Kamar dan penjualan makanan dan minuman terhadap pendapatan hotel di *puri dajuma beach eco resort & spd*".

## **2. Review literatur**

### **2.1. Manajemen**

Manajemen, seperti yang dijelaskan oleh Rue dan Terry (2009), merupakan proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan kelompok orang menuju tujuan organisasional yang jelas dan terdefinisi. Hasibuan (2014) menambahkan bahwa manajemen adalah gabungan ilmu dan seni dalam mengatur sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kedua definisi ini menekankan pada pentingnya manajemen sebagai alat untuk mencapai hasil yang diinginkan melalui penggunaan sumber daya yang tersedia dengan cara yang paling optimal. Ini mencakup perencanaan strategis, pengambilan keputusan yang tepat, dan koordinasi yang efektif antara anggota tim untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, manajemen berperan krusial dalam menentukan arah dan keberhasilan suatu organisasi.

### **2.2. Pemasaran**

Definisi pemasaran, menurut Kotler (2009), menggambarkan pemasaran sebagai proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau jasa yang memiliki nilai. Buchory (2010) menambahkan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang melibatkan individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui proses yang sama.

Pemasaran dalam esensinya adalah tentang memahami dan merespons kebutuhan dan keinginan manusia. Ini bukan hanya tentang transaksi pertukaran, tetapi juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen (Subadra, 2024). Proses ini melibatkan penelitian pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, penetapan harga yang tepat, promosi yang efektif untuk menginformasikan dan meyakinkan pasar, dan distribusi yang memastikan produk tersedia bagi konsumen secara regional dan global.

Selanjutnya, pemasaran modern tidak hanya fokus pada penjualan produk atau jasa, tetapi juga pada penciptaan nilai yang lebih besar dan pengalaman yang berkesan bagi konsumen. Ini mencakup pengelolaan merek, desain pengalaman pelanggan, dan pengembangan strategi yang berkelanjutan yang menguntungkan baik perusahaan maupun pelanggan dalam jangka Panjang (Wisnawa, dkk., 2023).

Dengan demikian, pemasaran dapat dilihat sebagai fungsi inti dari organisasi yang berperan penting dalam mengarahkan arah dan strategi bisnis secara keseluruhan. Ini adalah disiplin yang dinamis yang

terus beradaptasi dengan perubahan tren, teknologi, dan preferensi konsumen, memastikan bahwa organisasi tetap relevan dan kompetitif di pasar global (Subadra, 2024).

### 2.3. Manajemen Pemasaran

Menurut Hasibuan (2014), manajemen pemasaran adalah ilmu dan seni yang mengatur sumber daya manusia dan lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Kotler (2009) menambahkan bahwa ini juga melibatkan pemilihan target pasar dan pembangunan hubungan yang menguntungkan dengan mereka. Dalam konteks digital, manajemen pemasaran memperluas jangkauannya melalui penggunaan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien. Strategi digital memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data besar tentang perilaku konsumen, mempersonalisasi komunikasi pemasaran, dan mengoptimalkan pengalaman pelanggan secara real-time. Platform media sosial, pemasaran konten, pemasaran mesin pencari (SEM), dan pemasaran melalui email adalah beberapa alat yang digunakan dalam pemasaran digital untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dengan digitalisasi, perusahaan dapat memanfaatkan algoritma untuk menargetkan iklan, menggunakan analitik untuk mengukur efektivitas kampanye, dan mengembangkan strategi omnichannel yang menyediakan pengalaman yang kohesif di berbagai platform digital. Ini tidak hanya meningkatkan jangkauan global tetapi juga memperkuat hubungan dengan konsumen melalui interaksi yang lebih sering dan relevan (Subadra, 2024). Oleh karena itu, dalam era digital ini, manajemen pemasaran harus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan preferensi konsumen untuk tetap relevan dan efektif. Ini membutuhkan pendekatan yang dinamis dan fleksibel, dengan fokus pada inovasi dan penggunaan data untuk membuat keputusan yang berorientasi pada pelanggan.

### 2.4. Penjualan Kamar

Menurut Cote (2011, p. 7) menjelaskan bahwa penyewaan kamar tamu akan menghasilkan pendapatan kamar dan akan dimasukkan kedalam akun penjualan kamar termasuk biaya terpisah untuk pegawai tata graha dan pegawai lena. Apabila harga kamar termasuk harga makan, maka harga kamar dan makanan dibuat secara terpisah agar akun penjualan tidak tercampur dengan akun penjualan makanan.

Menurut Sugiarto (2012, p. 55) penjualan kamar adalah menyatakan suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual, jika dibandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang harus dijual. Sedangkan menurut Bardi (2015, p. 166) menyatakan bahwa penjualan kamar adalah ukuran tradisional dalam melihat kesuksesan sebuah hotel.

- H1 : Penjualan kamar berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan hotel di *Puri Dajuma Eco Resort & Spa* Pekutatan Jembrana Bali

### 2.5. Penjualan Makanan dan Minuman

Menurut Cote (2011, p. 7), *sales of food and non-alcoholic beverages served with meal are credited to this account. There may be several food sales accounts classified by facility (for example, dining room, room service, lounge, and banquets). But beverage sales may be separate into wines, liquor, beer, or any other category helpful in sales analysis and inventory control. Beverage sales may be further classified according the source, such as dining room, room service, banquets and lounge.*

- H2 : Penjualan makanan minuman berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan hotel di *Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa* Pekutatan Jembrana Bali

## 2.6. Pendapatan Hotel

Coltman (2010, p. 435) menyebutkan bahwa pendapatan hotel adalah "money earned from sales and/or income received in exchange for goods or services that hotel provides" yang dapat diartikan uang yang didapat dari penjualan atau/dan pemasukan yang diterima dengan penukaran barang atau jasa yang disediakan oleh hotel. Cote (2011, p. 3) juga menyatakan bahwa pendapatan hotel adalah "exchange process represented by sales of merchandise, sales of services and/or interest and dividends, it results from a business transaction, which is the exchange of good, property, or service for cash or an account receivable" yang dapat diartikan sebagai berikut sebagai proses pertukaran dinyatakan dalam penjualan barang dagangan, penjualan jasa, yang disediakan oleh hotel, dan/atau bunga dan keuntungan saham yang dihasilkan dari transaksi bisnis yang mana pertukaran tersebut menghasilkan uang atau piutang.

- H3 : Penjualan makanan minuman berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan hotel di Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali

## 3. Metode

Data kuantitatif yaitu data yang berupa bilangan atau angka statistic yang dapat diolah atau dianalisis menggunakan Teknik perhitungan matematika atau statistika, seperti penjualan kamar, penjualan makanan dan minuman dan pendapatan hotel di Puri Dajuma Hotel. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat atau yang berbentuk informasi untuk menggambarkan suatu fakta atau fenomena yang diamati seperti sejarah hotel, letak hotel dan fasilitas hotel di Puri Dajuma Hotel. Metode pengumpulan data yang digunakan Pada Teknik ini, penulis mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang kemudian dijawab oleh manajer Kantor depan seperti informasi mengenai sejarah dan fasilitas hotel di Puri Dajuma Hotel. Pada Teknik, ini penulis mempelajari laporan yang ada pada departemen kantor depan serta departemen sales marketing yang berkaitan langsung dengan objek yang diteliti seperti laporan mengenai penjualan kamar, penjualan makanan dan minuman dan pendapatan hotel di Puri Dajuma Hotel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling data yang diambil pada periode 2017-2021 dari pendapatan hotel, penjualan kamar dan penjualan makanan dan minuman dalam bentuk tabel yang di dapat dari hotel Puri Dajuma Beach Eco Resort & Spa. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 24 dengan menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda dan uji T dan F

### 3.1. Desain Penelitian

Secara sistematis kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.

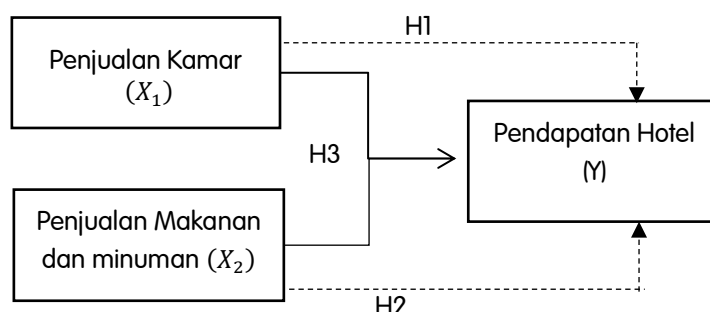


Figure 1. Kerangka konseptual pengaruh penjualan kamar dan penjualan makanan minuman

## 4. Hasil

### 4.1. Uji Asumsi Klasik



Pada uji asumsi klasik ini, dapat dilihat hasil uji normalitas data dengan menggunakan statistik *kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini probabilitasnya  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal. menunjukkan bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dihasilkan kurang dari 10 dan koefisien tolerance yang dihasilkan lebih besar dari 0,10 untuk setiap variabel bebas yang digunakan, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi ganda (multikolinearitas) antar variabel independen, oleh karena itu asumsi multikolinearitas telah terpenuhi. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Hasil uji regresi linear berganda terdapat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Analisis linear berganda

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
	B	t	Sig.
1 ( <i>Constant</i> )	0.737	2.305	0.025
X1	0.477	4.397	0.000
X2	0.482	4.165	0.000

$$Y = 0,737 + 0,477X_1 + 0,482X_2$$

T tabel(0,05;57) = 1,670  
F hitung = 324,141  
F tabel (2;57;0,05) = 3,16

#### 4.2. Uji T

Hasil uji t variabel penjualan kamar (X1) diperoleh nilai t-hitung = 4,397 > t-tabel (0,05;57) = 1,67 dan sig t = 0,000 ( $p < 0,05$ ). Ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penjualan kamar (X1) terhadap pendapatan hotel di Hotel Puri Dajuma *Beach Eco Resort & Spa* Jembrana.

Hasil uji t variabel Penjualan Makanan dan Minuman (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai t-hitung = 4,165 > t-tabel (0,05;57) = 1,67 dan sig t = 0,000 ( $p < 0,05$ ). Ini menunjukkan penjualan makanan dan minuman berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan hotel di Hotel Puri Dajuma *Beach Eco Resort & Spa* Jembrana periode 2017-2021. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan makanan dan minuman (X<sub>2</sub>) akan mempengaruhi Pendapatan Hotel (Y).

#### 4.3. Uji F

Untuk mengetahui Pengaruh Penjualan kamar (X1) dan Penjualan makanan dan minuman (X2) terhadap pendapatan hotel (Y) secara simultan, dapat dianalisis melalui uji F, nilai F-hitung = 324,141 > F-tabel (0,05;2;57) = 3,16 dan sig F = 0,00 ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (H<sub>a</sub>), serta berpengaruh signifikan. Ini menunjukkan Penjualan Kamar dan Penjualan Makanan dan Minuman berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Hotel Puri Dajuma *Beach Eco Resort & Spa* Pekutatan Jembrana Bali.

#### 4.4. Penjualan kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap puri dajuma *beach eco-resort*

Penjualan kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Hotel di Puri Dajuma *Beach Eco-Resort & Spa* Pekutatan Jembrana Bali periode 2017-2021. Hal ini dapat dilihat pada koefisien regresi (b<sub>1</sub>) sebesar 0,477. Nilai koefisien yang positif menunjukkan apabila Penjualan Kamar meningkat 1 rupiah,

maka Pendapatan Hotel akan meningkat sebesar 0,477 rupiah. Hal ini dipertegas pada pengujian hipotesis dengan rumusan  $H_0 =$  tidak terdapat pengaruh positif penjualan kamar ( $X_1$ ) terhadap pendapatan hotel ( $Y$ ) serta  $H_a =$  terdapat pengaruh positif antara penjualan kamar dengan pendapatan hotel ( $Y$ ), yang menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi  $b_1X_1$ ;  $t$ -hitung = 4,397 >  $t$ -tabel (0,05;57) = 1,67 dan sig  $t = 0,000$  ( $p < 0,05$ ).

#### **4.5. Penjualan makanan dan minuman berpengaruh positif dan signifikan terhadap puri dajuma beach eco-resort**

Penjualan makanan dan minuman berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan hotel di Puri Dajuma Beach Eco-Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali dalam periode 2017-2021. Hal ini dapat dilihat pada koefisien ( $b_2$ ) sebesar 0,482. Nilai koefisien yang positif menunjukkan apabila Penjualan Makanan dan Minuman meningkat 1 rupiah, maka pendapatan hotel akan meningkat sebesar 0,482 rupiah. Hal ini dipertegas pada pengujian hipotesis dengan rumusan  $H_0 =$  tidak terdapat pengaruh positif penjualan makanan dan minuman ( $X_2$ ) terhadap pendapatan hotel ( $Y$ ) sedangkan  $H_a =$  terdapat pengaruh positif secara parsial dan signifikan antara penjualan makanan dan minuman terhadap pendapatan hotel ( $Y$ ), yang menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi  $b_2X_2$ ;  $t$ -hitung = 4,165 >  $t$ -tabel (0,05;57) = 1,67 dan sig  $t = 0,000$  ( $p < 0,05$ ).

#### **4.6. Penjualan kamar dan penjualan makanan minuman berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel**

Penjualan kamar serta penjualan makanan dan minuman berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel di Puri Dajuma Beach Eco-Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali. Besarnya pengaruh dari kedua variabel tersebut yaitu 91,9%. Pengaruh Penjualan Kamar ( $X_1$ ) dan Penjualan Makanan dan Minuman ( $X_2$ ) terhadap Pendapatan Hotel ( $Y$ ) secara simultan, dapat dianalisis melalui uji F, nilai F-hitung = 324,141 > F-tabel (0,05;2;57) = 3,16 dan sig F = 0,00 ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ), serta berpengaruh signifikan.

### **5. Simpulan**

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penjualan Kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Hotel di Puri Dajuma Beach Eco-Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali periode 2017-2021. Hal ini dapat dilihat pada koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,477. Nilai koefisien yang positif menunjukkan apabila penjualan kamar meningkat 1 rupiah, maka Pendapatan Hotel akan meningkat sebesar 0,477 rupiah. Hal ini dipertegas pada pengujian hipotesis dengan rumusan  $H_0 =$  tidak terdapat pengaruh positif penjualan kamar ( $X_1$ ) terhadap pendapatan hotel ( $Y$ ) serta  $H_a =$  terdapat pengaruh positif antara penjualan kamar dengan pendapatan hotel ( $Y$ ), yang menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi  $b_1X_1$ ;  $t$  hitung = 4,397 >  $t$  tabel (0,05;57) = 1,67 dan sig  $t = 0,000$  ( $p < 0,05$ ).
2. Penjualan makanan dan minuman berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan hotel di Puri Dajuma Beach Eco-Resort & Spa Pekutatan Jembrana Bali dalam periode 2017-2021. Hal ini dapat dilihat pada koefisien ( $b_2$ ) sebesar 0,482. Nilai koefisien yang positif menunjukkan apabila penjualan makanan dan minuman meningkat 1 rupiah, maka pendapatan hotel akan meningkat sebesar 0,482 rupiah. Hal ini dipertegas pada pengujian hipotesis dengan rumusan  $H_0 =$  tidak terdapat pengaruh positif penjualan makanan dan minuman ( $X_2$ ) terhadap pendapatan hotel ( $Y$ ) sedangkan  $H_a =$  terdapat pengaruh positif secara parsial dan signifikan antara penjualan makanan dan minuman terhadap pendapatan hotel ( $Y$ ), yang menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi  $b_2X_2$ ;  $t$ -hitung = 4,165 >  $t$ -tabel (0,05;57) = 1,67 dan sig  $t = 0,000$  ( $p < 0,05$ ).

3. Penjualan kamar serta penjualan makanan dan minuman berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel di Puri Dajuma *Beach Eco-Resort & Spa* Pekutatan Jembrana Bali. Besarnya pengaruh dari kedua variabel tersebut yaitu 91,9%. Pengaruh penjualan kamar (X1) dan penjualan makanan dan minuman (X2) terhadap pendapatan hotel (Y) secara simultan, dapat dianalisis melalui uji F, nilai F-hitung = 324,141 > F-tabel (0,05;2;57) = 3,16 dan sig F = 0,00 ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ), serta berpengaruh signifikan.

#### Daftar Pustaka

- Astherina. (2015). Pengaruh Penjualan Makanan dan Minuman dan Harga Kamar Terhadap Pendapatan Hotel di Swiss-Bell Resort Sanur. Diakses di [ejournal.stpbi.ac.id](http://ejournal.stpbi.ac.id)
- Bardi, J. A. (2011). *Hotel front office management*. John Wiley & Sons, Inc..
- Buchory, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Hotel*. Jakarta. Penerbit: PT Bumi Aksara
- Coltman, M. Michael. (2010). *Hospitality Manajemen Accounting*. New York: Van Nostrand Reinhold Company
- Cote, R. (2011). *Accounting for Hospitality Managers*, Fifth Edition. Michigan: American Hotel and Lodging Educational Institute
- Hasibuan, S. (2014). *Manajemen Dasar*. Jakarta. Penerbit: PT Bumi Aksara
- Rue, M. (2009). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Subadra, I. N. (2024). *Cloud Tour Services in Paradise: A Newly Marketing Paradigm in Bali Tourism History. In Tourist Behaviour and the New Normal*, Volume I: Implications for Tourism Resilience (pp. 147-171). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Subadra, I. N. (2024). Tourism Employment And Marketing In Paradise-Bali. *Bali Journal Of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(1).
- Sugiarto, E. (2012). *Hotel Front Office Administration*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wisnawa, I. M. B., Subadra, I. N., Kartimin, I. W., Aristana, I. N., Arsawan, I. W., & Hartini, N. M. (2023). Analyzing Tourism Brand Loyalty and E-Marketing Development in Bali, Indonesia. *Qubahan Academic Journal*, 3(4), 314-331.