

PENENTUAN TARIF SEWA KAMAR DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA GRAND JATRA HOTEL PEKANBARU

JuikaPutri, Musadad

Tourism Travel Business Study Program, Administration Science
Riau Universty

ABSTRACT

The rapid devolopment of hotels in Pekanbaru has resulted in high competitiveness to attract guests to stay at hotels, this makes hotel managers must think of ways to increase the occupancy of hotel rooms the manage. The high competition of hotels in Pekanbaru requires the promotion and management of hotel room facilities that are in line with the hotel star rating. In this case, Grand Jatra Hotel Pekanbaru is one of the hotels that aggressively promotes to increase room occupancy. This study aims to decrible the method of determining room rental rates and describes a strategy of detemining room rental rates in increasing room occupancy at the Grand Jatra Hotel Pekanbaru. This research uses descriptive qualitative method to analyze problems based on interview, observation and documentation data collection techniques wich are then drawn conclusions. The determination of room rental rates includes the methods and startegies used by management in determining room rental rates. From the results of the study, it appears that the use of methods and strategies is good enough, but there is still a need for increased coopertion with the government.

keywords: room rates, method, strategies, occupancy

PENDAHULUAN

Industri pariwisata dan jasa perhotelan merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan antara satu sama lain, karena jasa perhotelan merupakan wadah penunjang dan pendukung yang memberikan jasa pelayanan fasilitas kebutuhan wisatawan karena adanya perjalanan bisnis atau kegiatan kepariwisataan. Pada umumnya hotel terdiri dari beberapa departemen seperti *Front Office Department*, *Food & Beverage Department*, *Housekeeping Department*, *Accounting Department*, *Personalia Department*, *Marketing Department* dan lain sebagainya. Hubungan dan kerja sama yang baik setiap departemen akan memberikan dampak yang bagus pada pertumbuhan dan perkembangan suatu hotel.

Pesatnya perkembangan hotel di Pekanbaru mengakibatkan tingginya daya saing untuk menarik tamu menginap di hotel, hal ini membuat para pengelola hotel harus memikirkan cara untuk meningkatkan hunian kamar hotel yang mereka kelola. Tingginya persaingan hotel di Pekanbaru memerlukan adanya promosi dan pengelolaan fasilitas kamar hotel yang sesuai dengan rating bintang hotel. Promosi yang di lakukan tidak berfokus pada penjualan kamar saja, akan tetapi fasilitas pendukung lainnya yang bisa memberikan keuntungan bagi hotel seperti penyewaan ruang pertemuan, harga makanan dan minuman, Paket pesta pernikahan, Paket pesta ulang tahun, Paket Rileksasi dan lain sebagainya.

Dalam hal ini Grand Jatra Hotel termasuk salah satu hotel yang gencar melakukan promosi untuk meningkatkan hunian kamar. Grand

Jatra Hotel merupakan hotel bintang lima (5) yang ada di Kota Pekanbaru. Selain Grand Jatra, Aryaduta dan Labersa juga merupakan hotel yang berstandar bintang lima.

Banyaknya hotel berbintang mengakibatkan terjadinya persaingan diantara sesama hotel yakni dalam bentuk perang harga/tarif lalu keadaan memperburuk kondisi yang mengakibatkan perusahaan bermain dengan tarif kamar demi mempertahankan dan meningkatkan hunian kamar serta meningkatkan keuntungan pada tiap tahunnya. Sehingga perusahaan perlu strategi promosi untuk memenuhi target penjualan kamar maka tarif sewa kamar harus dapat bersaing dengan hotel lain yang setingkat dengan Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

Dari hal diatas, penulis juga mendapat informasi bahwa untuk penjualan kamar pada Grand Jatra apabila konsumen ingin membelinya melalui *Travel Agent* maka konsumen akan mendapatkan tarif penginapan yang lebih murah, selain itu pada hari Minggu konsumen bisa mendapatkan penawaran atau harga khusus.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Penentuan tarif sewa Kamar dalam Meningkatkan hunian kamar pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru"**.

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguraikan metode penentuan tarif sewa kamar dalam meningkatkan hunian kamar pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

2. Untuk menguraikan strategi penentuan tarif sewa kamar dalam meningkatkan hunian kamar pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Harga

Suatu harga harus memberikan nilai agar tamu merasa puas sesuai dengan apa yang telah mereka bayarkan. Mereka harus diyakinkan bahwa kualitas dan fasilitas yang mereka dapatkan sesuai dengan harga yang dibayarkan (Morrison, 2002:518).

Menurut Staton dalam Angipora (2002: 268), menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk pelayanan yang menyertainya. Menurut Deliyanti Oentoro (2012) harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat-tempat tertentu.

Banyak jenis harga yang terdapat dalam skema harga hotel tergantung dari saluran distribusi yang ingin disasar. Dalam memasarkan produknya, biasanya hotel akan mengkhususkan pada suatu segmen pasar saja. Ini biasanya didasarkan pada kebijakan manajemen masing-masing hotel. Ketika manajemen memutuskan memberikan harga khusus untuk sebuah grup tamu, haruslah dipertimbangkan dengan baik, terlebih lagi pada saat *high season*. Harga untuk grup umumnya diberikan lebih rendah individual. Harga yang diputuskan haruslah

memberikan keuntungan bagi hotel, namun juga memberikan kepuasan bagi tamu. Tentu hal ini mnegacu pada mekanisme volume sales yang sedang turun atau harapan dan target yang akan direalisasi, tren okupansi tahun yang lalu maupun tren okupansi pesaing.

Tujuan Penentuan Harga

Menurut Adrian Payne (dalam bukunya Rambat & Hamndani, 2008) tujuan penetapan harga antara lain:

1. Bertahan
Bertahan merupakan usaha untuk melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.
2. Memaksimalkan laba
Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
3. Memaksimalkan penjualan
Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
4. Prestise
Tujuan penentuan harga di sini adalah untuk memosisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.
5. Pengembangan atas invertasi (ROI)
Retrun On Investment (ROI) adalah laba atas investasi yang dihitung berdasarkan hasil pembagian dari pendapatan yang dihasilkan dengan besaran modal yang ditanam, artinya ROI berperan penting guna memberikan informasi mengenai ukuran profitabilitas bisnis

dengan jelas sehingga segala kegiatan operasional dapat dievaluasi tingkat pengembalian investasinya.

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian

Menurut Rewoldt, di samping untuk mengetahui lingkungan pasar di mana harga-harga itu akan ditetapkan, manajer pemasaran haruslah merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan perusahaannya. Tujuan-tujuan penetapan harga yang terpenting dalam perusahaan-perusahaan besar, yaitu:

1. Penetapan harga untuk mencapai suatu *target return on investment* (pengembalian atas investasi).
2. Stabilisasi harga dan margin.
3. Penetapan harga untuk mencapai suatu target *market share* (pangsa pasar).
4. Penetapan harga untuk mengatasi atau mencegah persaingan.
5. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba.

Metode Penentuan Harga

Sekilas banyak sekali faktor penentu dalam menetapkan suatu harga di hotel yang terjadi umumnya hotel menerapkan suatu Metode dalam penentuan harga dan biasanya berlaku umum, menurut (Budi, 2013) metode penentuan harga tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Harga biaya-plus atau *cost-plus pricing*. Strategi harga yang sederhana dan mudah di kendalikan yang dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.
2. Penentuan harga tingkat pengembalian atau *rate of return pricing*. Suatu strategi harga berdasarkan tingkat pengembalian investasi yang

diharapkan. Penentuan harga seperti ini memainkan peran vital dalam penentuan nilai/harga yang dikeluarkan.

3. Penentuan harga titik impas atau *Break even Pricing*. Suatu metode untuk menentukan dan mencari jumlah barang atau jasa yang harus dijual kepada konsumen pada harga tertentu untuk menutupi biaya-biaya yang timbul serta mendapatkan keuntungan/profit. di saat musim-musim tertentu khususnya di *Low Season* pihak hotel kadang-kadang melakukan penjualan dengan menggunakan metode BEP (Break Even Point) yaitu sebuah titik dimana biaya atau pengeluaran dan pendapatan adalah seimbang sehingga tidak terdapat kerugian atau keuntungan.
4. Penentuan biaya variabel atau *variable cost pricing*. biaya variabel adalah biaya-biaya yang bervariasi tergantung pada volume *cost* produksi perusahaan, mereka naik dengan meningkatnya produksi dan jatuh sebagai penurunan produksi. Biaya variabel berbeda dari biaya tetap seperti sewa, iklan, perlengkapan kantor atau bahkan biaya asuransi, yang cenderung tetap sama terlepas dari hasil produksi.
5. penentuan harga pada kondisi puncak/rame atau *Peak Load Pricing*. Harga dibebankan lebih mahal pada saat kapasitas hotel yang tercermin dalam kontrak hotel, yang disebut *sure charge*.

Strategi Penentuan Harga

Beberapa starategi untuk menentukan harga pada hotel dimana menggunakan

berbagai macam strategi, antara lain yaitu (Halloway 2004):

- *Premium pricing*

Harga ditetapkan atas harga pasar yang merupakan positioning dari produk hotel tersebut, dengan disertai fitur product yang mewah dengan layanan yang personal. Hotel yang termasuk dalam kategori ini adalah hotel St Regis, The Ritz. Semuanya merupakan hotel mewah dengan Brand Image yang kuat.

- *Value for Money Pricing*

Harga ditetapkan berdasarkan pada pasar menengah yang menekankan *value for money*.

- *Cheap value pricing*

Tujuannya adalah untuk melemahkan persaingan dengan menggunakan strategi penetapan harga yang lebih murah. Juga untuk meningkatkan pembelian dari konsumen, dimana unit profit kecil, tapi keuntungan secara keseluruhan akan memuaskan melalui pencapaian omset yang tinggi. Dalam kategori ini hotel budget senantiasa menekan harga murah dengan asumsi tingkat hunian yang tinggi menyebabkan profit mereka akan tinggi.

Hunian Kamar

Menurut Sugiarto (2002: 55), tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk terjual. Selain itu, menurut Damardjati (2006: 121), tingkat hunian kamar adalah presentase dari kamar-kamar yang terisi atau yang disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan, yang diperhitungkan dalam jangka waktu, misalnya harian, bulanan, atau tahunan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa

tingkat hunian kamar adalah presentase dari jumlah kamar yang terjual dibagi dengan jumlah total semua kamar yang tersedia.

Sementara itu, Sulistiyono (2008: 269) menuliskan bahwa usaha hotel yang berhasil akan terlihat dari tingkat hunian kamarnya. Maka, tingginya tingkat hunian hotel secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Hal ini dikarenakan pada dasarnya pendapatan utama pada hotel adalah kamar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah menggunakan desain kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Metode ini digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi saat ini. Pada penelitian ini penulis bermaksud untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai metode dan strategi penentuan tarif sewa kamar dalam meningkatkan hunian pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

Desain penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam berdasarkan hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi yang diperoleh dari Hotel Grand Jatra, kemudian di tarik kesimpulan.

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan yang bertindak sebagai sumber data dan informasi harus memenuhi syarat yang akan menjadi informan narasumber (*key*

informan). Menurut **Hendarso & Suyatno 2005:171-172** *key informan* yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.

Penelitian kualitatif tidak memperlakukan jumlah informan, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan *key informan* dan kompleksitas dalam keragaman fenomena sosial yang diteliti.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah **Executive Housekeeping dan Manager Sales & Marketing** pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Grand Jatra Hotel Pekanbaru adalah salah satu hotel berintang 5 dengan standart Internasional yang ada di daerah Pekanbaru ibu Kota dari Provinsi Riau. Perjalanan yang ditempuh dari Bandara Sultan Syarif Qasim ke Hotel membutuhkan waktu lebih kurang 20 menit. Grand Jatra Hotel Pekanbaru terletak di pusat kota Pekanbaru. Hotel Grand Jatra merupakan bagian dari PAM (Pintu Air Mas) Group yang didirikan oleh Addy Sumasto Tjia dan berpusat di Jakarta, pada awal tahun 2000-an, PAM Group mulai mengembangkan properti dalam skala yang lebih besar yaitu dengan mengembangkan proyek Mall Pekanbaru, sedangkan tepat pada tanggal 27 Februari 2005 PAM Group mulai merambah Industri Perhotelan yaitu dengan mendirikan hotel Grand Jatra di Pekanbaru Provinsi Riau, kemudian selanjutnya mengembangkan proyek Balikpapan Superblock di Balikpapan, Kalimantan Timur dan Cirebon Superblock di Cirebon Jawa Barat.

Grand Jatra Hotel Pekanbaru sendiri berlokasi dekat dengan pusat perbelanjaan Mall Pekanbaru (MP).

Grand Jatra Hotel Pekanbaru siap melayani setiap tamunya dengan motto PAM Group “*All For Better Future*” dan dengan didukung oleh tenaga berpengalaman, profesional dan berdedikasi tinggi untuk memimpin dan menjalankan bisnis di bawah naungan PAM Group, maka setiap bisnis yang dijalankan akan mencapai hasil yang terbaik.

B. Fasilitas yang tersedia di Grand Jatra Hotel Pekanbaru

Grand Jatra Hotel Pekanbaru merupakan hotel yang berklasifikasi bintang 5 dimana didukung dengan fasilitas yang memadai. Penentuan Klasifikasi ini sendiri berdasarkan fasilitas maupun pelayanan dan mengacu pada peraturan baru dalam surat keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM37/PW.340?MPPT-86 tentang usaha wisata dan penggolongan hotel-hotel di Indonesia, dari penentuan klasifikasi tersebut dapat dijadikan indikator tentang ukuran fasilitas yang tersedia. Dengan jumlah uang yang di bayarkan sebagai ganti pembayaran kamar akan memperoleh pelayanan kamar dan fasilitas yang sesuai pula. Berikut fasilitas yang terdapat pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru secara garis besar:

1. *Bellagio Restaurant (24 hours)*
2. *Swimming pool (Splash pool & snack bar) with children pool*
3. *Japonica, Spa and Fitness Center*
4. *J. Cuvee Lounge & Bar*
5. *Le Grande Ballroom & Meeting Room*
6. *Embassy Pekanbaru*
7. *Mc. Clean dry cleaning & Laundry*
8. *24 hours Bussiness Center*
9. *Jatra Toure and Travel*
10. *Hotspot Wireless Broadband Internet access*
11. *In room message / reflexology*
12. *Airport pick up service*

13. *Concierge and transportation service*
14. *Valet parking service*
15. *Event Promo, like : AsianBBQ, Steamboat dan Kampoeng Ramadhan*
16. *24 hours room service.*

Fasilitas kamar juga sudah di rancang hingga sedemikian rupa dilengkapi dengan akses internet, televisi kabel, minibar, Brangkas serta fasilitas unggulan yang lain sehingga tamu atau pengunjung benar-benar dapat menikmati suasana dan waktu saat berkunjung ke Grand Jatra Hotel Pekanbaru dan dapat menikmati waktu santai untuk melepas kepenatan dengan rasa nyaman, berikut jenis atau tipe kamar yang terdapat di Grand Jatra Hotel Pekanbaru:

Tabel 4.1
DAFTAR TIPE KAMAR GRAND
JATRA HOTEL PEKANBARU

FLOOR	SPD	SPT	DXD	DXT	JRS	EXS	APARTEMENT	TOTAL
FLOOR 6	15	4	20	4	2	2	1	-
FLOOR 7	17	5	20	4	3	2	-	-
FLOOR 8	17	5	19	5	3	2	-	-
FLOOR 9	17	5	17	7	3	2	-	-
TOTAL	66	19	76	20	11	8	1	201

Sumber: *Grand Jatra Hotel Pekanbaru 2018*

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa Grand Jatra Hotel Pekanbaru memiliki beberapa tipe kamar yaitu diantaranya:

SPD: merupakan tipe kamar Superior dengan double bad

SPT: merupakan tipe kamar Superior dengan twin bad

DXD: merupakan tipe kamar Duluxe dengan double bad

DXT: merupakan tipe kamar Duluxe dengan twin bad

JRS: merupakan tipe kamar Junior Suite Room

EXS: merupakan tipe kamar Executive Suite Room

Fasilitas yang terdapat didalam kamar antara lain:

1. Electronic room keys
2. LCD TV with satelite internasional TV channels
3. Home theater (in suite only)
4. Digital in room save deposit box
5. Individually controlled air conditioning
6. Internasional direct dialing telephone
7. Hot & cold shower with full set complementary bathroom amenitis
8. Fully stocked and daily refill mini bar
9. Electric kettle
10. Free mineral water (600 ml)
11. Coffee & tea making facility
12. Smoke delectors & fire safety sprinklers
13. 24 hours room service

C.2 Metode Penentuan Tarif Sewa Kamar Pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru

Metode 1 penentuan tarif merupakan suatu keputusan yang ditetapkan oleh pihak manajemen dengan memiliki suatu tujuan agar target perusahaan tercapai yakni mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan memberikan pelayanan yang baik-baiknya.

Dalam wawancara ini penulis bertanya kepada Staff pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru tentang siapa saja yang bertanggung jawab dalam menentukan tarif kamar. Pertanyaan penulis mencakup semua tentang yang bertanggung jawab dan paham terhadap penentuan tarif kamar yang penulis tanyakan kepada informan untuk mendapatkan hasil penelitian.

Dari hasil wawancara kepada Executive Housekeeper mengenai yang bertanggung jawab menentukan tarif sewa kamar, dimana yang bertanggung jawab ialah seluruh pihak manajemendan sebelum melakukan pengambilan keputusan terlebih dahulu disesuaikan dengan kebutuhan permintaan pasar bahkan selalu dilaksanakan meeting koordinasi hal ini agar team manajemen mengetahui langkah apa yang harus dilaksanakan untuk menetapkan harga kamar yang sesuai dengan permintaan dan keadaan pasar saat itu dan saat yang akan datang.

Dalam menentukan tarif sewa kamar Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan metode penentuan harga pada kondisi puncak/ ramai, pada saat ramai ini para pengelola hotel dapat memanfaatkan dengan sebaik-baiknya, karena kondisi ramai maka calon tamu juga tetap mengambil kamar tersebut dan tentu ini menjadi keuntungan tersendiri bagi pihak hotel karena menjual harga kamar diatas harga yang seharusnya ditetapkan. Kemudian menggunakan *Metode Cost Plus Pricing* metode ini salah satu metode yang sederhana dan cukup banyak digunakan oleh pengelola hotel lainnya. Selanjutnya menggunakan metode melihat kondisi pasar seperti halnya *Break Even Pricing* menentukan harga kamar dengan menurunkan dari harga yang telah ditetapkan dan membuat promo yang menarik untuk dapat menarik tamu agar menginap di Grand Jatra Hotel Pekanbaru. Dan selanjutnya menggunakan metode yakni sesuai dengan tujuan penetapan harga berupa tercapainya target dan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya.

D. Proses Penentuan Harga Kamar

Proses penentuan harga kamar pada sebuah perusahaan dapat dilihat dari beberapa langkah berikut:

- a. Melihat Tujuan ditetapkannya harga dan Tujuan Perusahaan
- b. Melihat pada tinggi rendahnya permintaan tamu
- c. Menghitung keseluruhan biaya yang dikeluarkan
- d. Melihat jumlah pesaing
- e. Menggunakan metode penentuan harga yang tepat sesuai dengan kebutuhan hotel
- f. Meeting Koordinasi

Proses tersebut merupakan cara-cara yang digunakan oleh Grand Jatra Hotel Pekanbaru dalam menentukan tarif/ harga kamarnya

E. Hal yang di Pertimbangkan dalam Menentukan Harga Kamar

Dalam pertimbangan pengambilan keputusan penentuan tarif kamar ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan Grand Jatra Hotel Pekanbaru. Diantaranya ialah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan *cost plus pricing*
- 2) Berorientasi pada meningkatkan keuntungan
- 3) Berdasarkan kondisi atau keadaan (*High Season, Low season*)

Adapun yang menjadi dasar pertimbangan pengambilan keputusan menggunakan metode-metode tersebut seperti *peak load pricing, cost plus pricing* dan melihat pasar yakni seluruh staf dan jajaran manajemen berupaya untuk meningkatkan laba yang sebesar-besarnya dan ingin mewujudkan visi Grand Jatra Hotel Pekanbaru bahwa mampu menjadi satu-satunya pemimpin tingkat hunian kamar di Kota Pekanbaru dengan hotel-hotel yang setara Grand Jatra Hotel. Dengan berbagai pertimbangan yang dapat menyebabkan kerugian dan dari metode yang

digunakan sejauh ini masih menjadikan Grand Jatra Hotel Pekanbaru lebih unggul dari hotel-hotel yang setara dengan Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

F. Strategi Penentuan Tarif Kamar

Strategi penentuan tarif kamar merupakan suatu pendekatan yang diupayakan oleh manajemen dalam upaya peningkatan jumlah hunian kamar agar mampu memenangkan persaingan di pasaran sesama pengelola hotel.

Didalam merancang strategi untuk menentukan harga yang sesuai dengan kelas bintang hotel, setiap pengelola hotel khususnya pihak-pihak manajemen harus mampu membentuk strategi ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan seluruh pihak manajemen dan staf yang bekerja di hotel tersebut harus mampu bekerja secara maksimal supaya dapat memenangkan persaingan dan tujuan hotel dengan meningkatkan laba yang sebesar-besarnya dapat tercapai dengan baik.

Grand Jatra hotel Pekanbaru memiliki strategi tersendiri agar tamu terus menginap dan juga tingkat hunian kamar Grand Jatra tidak mengalami penurunan serta Grand Jatra hotel Pekanbaru keuntungannya mengalami kenaikan yang signifikan, baik dari hasil penjualan kamar, makanan dan minuman, maupun fasilitas lainnya yang dapat menunjang tamu untuk menginap di Grand Jatra.

Grand Jatra Hotel Pekanbaru dalam menentukan strategi penentuan tarif sewa kamar yakni dengan strategi premium pricing kemudian melihat berdasarkan Brand Image sebuah hotel, tarif yang di umumkan juga harus sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan dan diberikan kepada tamu.

Grand Jatra selalu melihat harga pesaing untuk memenangkan persaingan. Keseluruhannya dilihat dari hotel-hotel yang berdiri di Kota Pekanbaru dari kelas bintang satu (1) sampai bintang lima. melihat kondisi dan jumlah pesaing sesama kelas bintang hotel sekilas Grand Jatra Hotel Pekanbaru sangat penting, hal ini karena dapat menekan tingkat persaingan di Kota Pekanbaru. Kemudian pentingnya melihat pesaing supaya harga yang ditetapkan Grand Jatra Hotel Pekanbaru tidak merugikan pihak manapun.

setiap strategi yang digunakan tentu harus di pikirkan secara serius, hal ini dapat dilihat berapa besarnya occupancy tahun-tahun sebelumnya, melihat jumlah tingkat hunian kamar dari tahun-tahun sebelumnya, tujuannya untuk dijadikan sebagai target bahwa tahun yang akan datang jumlah pengunjung diharapkan terus mengalami peningkatan serta dapat memaksimalkan laba.

G. Faktor-faktor Penyebab Perubahan Tarif / Harga

Dalam suatu waktu dan kondisi tertentu perusahaan dapat menetapkan harga sesuai dengan keadaan tersebut, sehingga untuk setiap bulannya harga bisa berubah-ubah. Hal ini juga terjadi pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru, adapun yang menjadi alasan perubahan harga tersebut diantaranya sebagai berikut:

1) Permintaan

Hal ini memiliki alasan yakni sesuai dengan hukum permintaan dimana pada saat permintaan tinggi maka harga juga akan tinggi, begitupun sebaliknya apabila permintaan rendah maka harga akan rendah.

2) Persaingan

Alasan mengapa persaingan menjadi faktor perubahan harga yakni besarnya jumlah persaingan yang ada menghancurkan pengelola usaha bermain dalam bentuk tarif/ harga yakni dengan menurunkan harga jual dari yang seharusnya. Hal ini diupayakan agar menarik konsumen dengan tetap memberikan fasilitas dan pelayanan yang berbeda dari pesaingnya

3) Biaya

Adapun yang menjadi alasan kenapa biaya menjadi alasan perubahan harga yakni jika biaya dalam pengoperasian suatu usaha cukup besar maka pentingnya kembali menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan, tujuannya agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

4) Tujuan perusahaan

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang berbeda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya, biasanya tujuan perusahaan sudah ditentukan sejak awal berdirinya perusahaan tersebut. Adapun yang menjadi tujuan perusahaan diantaranya seperti memaksimalkan laba (ingin mendapatkan keuntungan yang besar), menjadi penguasa (pemimpin) pasar dan mengembalikan modal dalam jangka waktu tertentu.

5) Loyalitas Pelanggan

Adapun yang menjadi alasan mengapa loyalitas pelanggan menjadi faktor perubahan harga yakni sebagai salah satu alternatif untuk menjadikan pelanggan tetap memilih hotel yang dikolala, perusahaan memberikan perbedaan harga pada para pelanggan yang sering menginap di hotel yang di kelola

Dari faktor-faktor penyebab perubahan harga maka dapat ditarik kesimpulan bahwa besar kecilnya

permintaan tamu perlu di perhatikan, sehingga dalam menetapkan harga menjadi tinggi ataupun rendah tidak memberikan dampak (kerugian) bagi hotel. Tingginya persaingan membuat pengelola hotel harus mampu memberikan harga terbaik bagi setiap tamunya dengan tidak menjatuhkan usah hotel lain yang setara dengan Grand Jatra Hotel Pekanbaru. Setiap biaya yang dikeluarkan oleh hotel harus diperhitungkan dan rinciannya harus benar-benar jelas sehingga apabila telah diketahui berapa biaya yang dikeluarkan maka akan diketahui berapa harga kamar yang dapat dikeluarkan pada waktu tertentu. Kemudian perubahan harga berdasarkan tujuan perusahaan ialah agar mampu menjadi pemimpin pasa dan meningkatkan laba untuk setiap tahunnya dan selanjutnya berorientasi pada loyalitas pelanggan adalah faktor yang sangat penting dikarenakan apabila pelayanan yang diberikan pihak hotel dan memberikan harga yang spesial bagi para pelanggan atau grup besar hal ini dapat menjadikan Grand Jatra Hotel Pekanbaru sebagai pilihan yang tepat bagi para tamu untuk menginap di Grand Jatra Hotel Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Terkait **metode** penentuan harga kamar, Hotel Grand Jatra menggunakan beberapa metode berikut:
 - a. Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan **break even pricing** ketika kondisi hotel sepi dari para pengunjung atau tamu, dengan keadaan seperti ini pengelola hotel mengambil kebijakan bahwa melakukan promosi bahkan menurunkan harga kamar menjadi pilihan terbaik agar

- hotel tetap mendapatkan keuntungan.
- b. Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan metode *cost plus pricing* ketika para pengelola hotel ingin mengetahui harga kamar yang harus dikeluarkan dari keseluruhan total biaya dan keuntungan yang ingin didapatkan.
 - c. Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan metode dengan melihat *High Occupancy* ketika keadaan kamar hotel ramai dengan kunjungan para tamu dan pada saat yang sama tamu meminta kamar untuk menyewanya, maka pada kesempatan ini pihak pengelola hotel menaikkan harga.
2. Terkait **strategi** penentuan harga kamar, Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan beberapa strategi sebagai berikut:
- a. Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan strategi *premium pricing* ketika mereka meyakini bahwa dengan mempertahankan *Brand Image* sebuah hotel maka Grand Jatra Hotel mampu menarik tamu untuk terus menginap di Grand Jatra Hotel Pekanbaru.
 - b. Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan strategi dengan merujuk pada harga *competitor* (pesaing) sesama bintang 5. Hal ini dilakukan untuk agar tidak mematikan hotel bintang 4.
 - c. Grand Jatra Hotel Pekanbaru menggunakan strategi dengan melihat besarnya occupancy tahun-tahun

sebelumnya, tujuannya agar mampu mencapai target yang telah ditetapkan sehingga dapat menimbulkan semangat para karyawan untuk dapat mencapai target tersebut.

Berdasarkan metode dan strategi tersebut sejauh ini jumlah dan tingkat hunian kamar pada Grand Jatra Hotel Pekanbaru sudah cukup baik, hal tersebut dapat diketahui berdasarkan jumlah hunian kamar yang selalu berada di atas rata-rata jumlah hunian kamar hotel di Kota Pekanbaru. Kemudian sebelum menentukan berapa harga kamar yang harus ditetapkan seluruh manajemen melakukan meeting Koordinasi untuk menemukan solusi dari setiap permasalahan yang muncul, baik dilihat dari segi ekonomi, dari permintaan pasar, dari tingginya persaingan dan lain sebagainya

B. Saran

1. Meskipun dikatakan penggunaan metode dan strategi penentuan tarif sewa kamar sudah cukup baik, tapi masih diperlukan pendekatan yang lebih mendalam kepada instansi pemerintah untuk dapat melakukan kegiatan pemerintah di hotel.
2. Walaupun jumlah hunian kamar cukup tinggi, sebaiknya dalam memberikan diskon dan spesial rate perlu dipertimbangkan lebih mendalam lagi, supaya pihak hotel tetap mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. 1999. Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi. Penerbit Angkasa

- Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: CV. Andi 2013) h.2
- Angipora, M.P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Damardjati, R.S. (2006). *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Darmawi, Herman, 2011. *Manajemen Perbankan*, Penerbit PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laks Bang PRESSsindo, Juli 2012.
- Endar Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Holloway dalam Budi. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Milles, M.B. and Huberman, M.A. 1984. *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Morisson. 2002. *Hospitality and Travel Marketing*. Third Edition. Australia: Delmar Thompson Learning.
- Nawawi, Hadari (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Cetakan keempat. Penerbit Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Philip, Kotler. 1992. *Marketing*, jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- . 1989. *Manajemen Pemasaran:Kunci/Penyelesaian Soal-soal*, edisi kelima. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi & A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, cetakan 2. Penerbit PT.Remaja Rosdakarya: Bandung.
- SK Menteri Perhubungan No.Pm.10/pw. 301/Phb.77
- Stanton, William, J. 1997. *Fundamental of Marketing. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan oleh F.X. Budiyanto*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Steward H. Rewoldt, James D. Scrott, & Martin R Warshaw. 1987. *Strategi Harga dalam Pemasaran*, cetakan 1. Penerbit PT. Bina Aksara: Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Rajawali Pers, Jakarta.
- William J. Stanton, Michael J. Etzel & Bruce J. Walker. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, cetakan 1. Penerbit Mandar Maju: Bandung.
- bertuahpos.com, diakses pada tanggal 01 April 2018

<http://www.agoda.com>2015-
2018AGODA COMPANY Pte.Ltd

sangit26.blogspot.co.id, 05 Maret 2018