

PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TARIF KAMAR TERHADAP PENDAPATAN HOTEL NOVILLA BOUTIQUE & RESORT, SUNGAILIAT BANGKA (Studi Kasus Pada Hotel Novilla, sungailiat Periode 2014-2018)

PAULA ELVIRA MANO

Gayatria Oktalina

Rizal R. Manullang

Accounting Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkalpinang, Indonesia
e-jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- *This study aimed to determine the effect (1) promotion costs and simultaneously room rates for hotel revenue (2) promotion expenses partially on hotel revenue and room rates to earnings in hotel and (3) partially room rates to earnings in hotel. This study uses a quantitative research design causal. The subjects were peace hotel NovillaSungailiat and its object is the promotion expenses, room rates and revenues in 2014 – 2018. The type of data in this research is kuantitative data, the data is collected by recording the interview documentation and analyzed by multiple linear regression analysis with t-test, F-test and coefficient of determination (R^2) use (JASP 0,9,2,0Universiteit-Van-Amsterdam).*

The result showed that there is a (1) simultaneous influence of the cost of promotion and room rates to hotel revenue where $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$ (20,902 > 19,00) with sign 0,046 > 0,05. The influence of the partial cost of promotion (2) have positive and sign $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ with absolute value (5,876 > 3,18245) and significant 0,028 < 0,05, meaning H_0 is rejected and H_1 accepted. While the variable of room rates (3) no influence of partial on rates to revenue $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ (-1,892 < 3,18245) with sign 0,199 > 0,05. Meaning H_0 accepted H_2 is rejected. For R^2 test obtained R square 0,769% means 76,9% hotel revenue is influenced by both variables. While the remaining 23,1% influenced by other variables that are not included in this study.

Keyword: *promotional fees, room rates, revenue.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata di Indonesia semakin berkembang pesat dan cukup menggembirakan, berdasarkan laporan *The World Travel & Tourism Council* (WWTC/2014), Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pariwisata paling bagus di antara negara-negara anggota G20. WWTC memperkirakan pada 2014 Indonesia berpotensi mencapai pertumbuhan wisatawan mancanegara (wisman) sebesar 14,2% dan wisatawan nusantara (wisnus) sebesar 6,3%. Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian diperkirakan bisa mencapai 8,1%, (Kompas online,2/42014).

Pelaksanaan pembangunan pariwisata dilakukan dengan membangun tempat-tempat penginapan seperti villa, bungalow, losmen ataupun hotel. Fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar, merayakan ulang tahun atau sekedar untuk mendapatkan ketenangan.

Meningkatkan pengelolaan hotel di Bangka merupakan salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pariwisata Bangka Belitung karena antara hotel dan pariwisata merupakan dua hal penting yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan antara satu sama lain. Untuk mencapai tingkat tercapainya penjualan yang diharapkan, maka faktor yang perlu diperhatikan adalah biaya promosi dan harga. Menurut Basu Swasta (2001) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan adalah, (1) biaya promosi, (2) harga. Biaya promosi dan harga tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat memberikan manfaat, diterima baik oleh konsumen yang pada ujungnya, pelanggan akan menjadi loyal dengan begitu pendapatan perusahaan akan terus meningkat.

Berkembangan dunia bisnis pariwisata, membuat usaha di bidang perhotelan semakin berkembang pula. Hotel Novilla merupakan hotel yang menyediakan jasa penginapan bagi wisatawan dengan menyewakan lima jenis kamar yaitu: (1) *Grand Suite*, (2) *Executive Triple*, (3) *Executive*, (4) *Deluxe*, (5) *Superior*.

Diketahui bahwa pendapatan dari tahun ke tahun mengalami fluktuaksi. Tahun 2014 pendapatan Rp 6.905,958,480 mengalami penurunan menjadi Rp 6,362,047,687 pada tahun 2015 kembali meningkat pada tahun 2016 pendapatan Rp 6,423,076,285 berbanding terbalik dengan keadaan tahun 2017 menurun sebesar Rp. 5,867,982,268 dan kembali meningkat pada tahun 2018 Rp 6,462,434,676.

Upaya yang dilakukan dengan melaksanakan kegiatan promosi dan menetapkan harga atau tarif kamar yang baik dan benar sesuai dengan kategori, maka diharapkan Hotel Novilla dapat memuaskan konsumen dan juga dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan dari setiap konsumen, sehingga tujuan dari perusahaan dapat terpenuhi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni Teori Signal dan Teori Akuntansi Positif, yang mana dalam teori ini suatu perusahaan serta manajemen yang ada berusaha untuk memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan kepada para investor yang akan menanamkan modalnya (Febrianty, 2011), dan teori ini juga berusaha menjelaskan sebuah proses yang menggunakan pemahaman dan pengetahuan akuntansi yang sesuai untuk menghadapi kondisi dan keadaan tertentu pada masa yang akan datang, Belkaoui (2001).

Pemahaman tentang ilmu akuntansi yang sesuai di era yang serba modern ini yang di tandai dengan kemajuan teknologi, memudahkan sebuah informasi menyebar dengan cepat, serta perubahan-perubahan yang terjadi pada kondisi ekonomi, demografi dan sosial budaya, banyak mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan pembeliannya. Pemasar selalu mencoba berbagai strategi penjualan agar bisa memanfaatkan kesempatan yang ada di pasar. tetapi dengan adanya teknologi yang semakin berkembang dapat memberi pengaruh positif kepada dunia perhotelan.

pencapaian tingkat pendapatan penjualan yang diharapkan, maka faktor yang perlu diperhatikan adalah biaya promosi dan harga. Biaya promosi dan harga tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat memberikan manfaat, diterima baik oleh konsumen yang pada akhirnya, pelanggan akan menjadi loyal dengan begitu pendapatan perusahaan akan terus meningkat. Dalam perusahaan jasa, promosi yang digunakan adalah promosi melalui internet, radio dan agen perjalanan. Promosi melalui internet, dan agen perjalanan dianggap yang paling efektif untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, selain itu hotel Novilla juga menggunakan cara promosi mouth to mouth.

Harga merupakan salah satu faktor yang penting serta berpengaruh terhadap tingkat permintaan atas suatu barang atau jasa. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Demikian sebaliknya, semakin rendah

harga, semakin berdampak pada tinggi permintaan terhadap barang atau jasa oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari pihak perusahaan. Hal ini akan berdampak pada tingkat penyewaan kamar pada hotel.

Tarif sewa kamar hotel selalu diperbarui pada setiap tahun dengan metode yang sama dan disesuaikan dengan target perusahaan pusat dan kondisi pasar. Tarif sewa kamar tidak hanya di pengaruhi oleh persaingan, tetapi bisa juga di pengaruhi oleh kesediaan pihak konsumen untuk membayar dan oleh berbagai peraturan dan batasan yang di adakan oleh pihak pemerintah. Jika pihak hotel kurang atau sama sekali tidak dapat mengendalikan tarif sewa kamar dalam penjualan jasa yang di berikan, maka kegiatan operasi dari hasil penyewaan kamar dengan biaya yang telah di bebaskan dapat menambah pendapatan bagi hotel.

Biaya-biaya harus diketahui dan di pakai sebagai patokan untuk menentukan tarif sewa kamar minimum yang diperlukan dalam mempertimbangkan hasrat untuk memasuki atau bertahan pasar tertentu. Besarnya tarif sewa kamar yang ditetapkan oleh manajemen hotel harus disesuaikan dengan kualitas dan sarana yang ada di otel sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel.

Situasi perekonomian Indonesia yang akhir-akhir ini memburuk dimana harga barang-barang lain meningkat menyebabkan usaha perhotelan mengalami pasang surut karena masyarakat harus benar-benar mempertimbangkan angka kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu ketimbang melakukan perjalanan atau memanjakan diri menginap di Hotel. Hal ini menyebabkan pendapatan Hotel berkurang sedangkan biaya operasional semakin membengkak. untuk itu manajer hotel harus benar-benar memperhitungkan tarif sewa kamar yang sepantasnya agar dapat memberikan pendapatan atau Laba bagi hotel.

Tarif ditetapkan terlalu tinggi akan membebani pihak konsumen karena menambah biaya konsumen. Sebaliknya jika tarif terlalu rendah maka akan mempengaruhi harga jual yang mengakibatkan kerugian bagi hotel. Permasalahan timbul dari menurunnya jumlah pendapatan yang diakibatkan dari menurunnya jumlah biaya promosi dan tarif kamar di hotel Novilla pada tahun 2017.

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya promosi terhadap pendapatan hotel.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh tarif kamar terhadap pendapatan hotel.
3. Untuk mengetahui apakah target pendapatan hotel yang sudah ditetapkan bersama telah tercapai.

II. LANDASAN TEORI

GRAND THEORY

1. Teori Signal

Isyarat atau signal adalah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan dimana manajemen mengetahui informasi yang ada secara lengkap dan akurat mengenai internal perusahaan dan prospek perusahaan dimasa depan dari pada pihak investor (Febrianty, 2011).

2. Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses, yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu dimasa mendatang (Belkaoui, 2001).

Pengertian Akuntansi

Menurut Firdaus A. Daniel (2005), dalam bukunya *Iktisar Lengkap pengantar Akuntansi*, mendefinisikan akuntansi yaitu :

“Akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem informasi yang memberikan laporan kepada berbagai pemakai atau pembuat keputusan mengenai aktivitas bisnis dari satu kesatuan ekonomi. Akuntansi menghasilkan informasi bagi pihak-pihak *intern* atau yang mengelola perusahaan dan pihak-pihak luar perusahaan. Kegunaan akuntansi bagi pemakai adalah membantu dalam mengambil keputusan”.

1. Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan biasanya menyajikan suatu informasi keuangan yang diperlukan dalam pengambilan keputusan bagi pimpinan suatu organisasi atau perusahaan, *owner*, kreditur, pemerintah, dan masyarakat.

2. Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya biasa lebih menekankan pada pengendalian maupun penetapan biaya, terutama yang berhubungan dengan biaya produksi. Selanjutnya akuntansi biaya membantu perusahaan dalam perencanaan dan pengawasan biaya pada aktivitas perusahaan.

Biaya

Biaya merupakan suatu pengorbanan sumber ekonomi dalam perusahaan untuk mendapatkan manfaat pada masa sekarang maupun masa yang akan datang. Pengertian biaya menurut Bustami dan Nurlela (2007).

menurut Siregar dkk (2014) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

menurut Mulyadi (2015) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Klasifikasi Biaya

Menurut Drs. M.P Simangunsong (2002) Biaya dapat digolongkan menjadi beberapa bagian;

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran
penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya, nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.
2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan.
Terdapat tiga fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai (produk). dalam hubungannya dengan biaya produk, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

a. biaya langsung (*Direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi pada suatu segmen dan terjadinya karena adanya segmen tersebut.

b. biaya tidak langsung (*Indirect cost*)

Biaya tidak Langsung adalah biaya yang tidak secara langsung berkaitan dengan segmen Contoh biaya tidak langsung adalah gaji dan eksekutif perusahaan.

Promosi

Menurut W Lambert (2001), Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka.

Menurut Husein (2002), Promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lainnya agar produk tersebut dikenal dan akhirnya dibeli.

Tarif Kamar

Pengertian Tarif sering kali diartikan sebagai daftar harga (sewa, ongkos, dan sebagainya) sehingga dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tarif sama dengan harga. Berikut ini akan dikemukakan beberapa pendapat ahli mengenai pengertian tarif, sehingga menjadi jelas pengertian antara tarif dan harga.

Menurut Hamdy Hady (2000) tarif adalah pungutan bea masuk yang dikenakan atas barang impor yang masuk untuk dipakai/ dikonsumsi habis di dalam negeri.

Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan Pendapatan dalam kamus Manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.

Pengertian Pendapatan menurut Para ahli, menurut Reksoprayitno (2004) mendefinisikan; Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Pengertian Pendapatan Menurut Theodorus. M. Tuanakotta dalam buku “Teori Akuntansi” (2000). Pendapatan merupakan *inflow of assets* ke dalam perusahaan untuk akibat penjualan barang atau jasa.

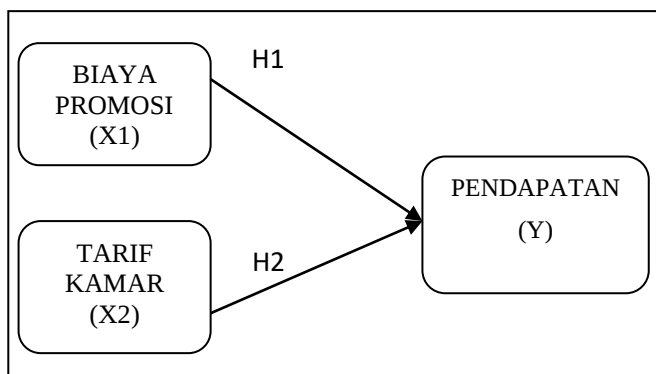
Menurut PSAK No.23 Pendapatan adalah *arus masuk bruto* dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. definisi yang diuraikan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa Pendapatan adalah arus masuk kotor aktiva atau pelunasan kewajiban dari aktivitas normal perusahaan, yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal dan mengakibatkan kenaikan ekuitas selama suatu periode yang diakui dan diukur sesuai dengan prinsip akuntansi yang diterima umum.

Karakteristik Pendapatan

1. Aliran Masuk atau aliran aset adalah jumlah aset baru yang di terima oleh konsumen, aliran dana dari konsumen, kenaikan laba ekonomi, laba penjualan aset.
2. Kegiatan yang mempresentasi operasi utama atau sentral yang terus menerus adalah pendapatan dari kegiatan normal perusahaan biasanya di peroleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan.
3. Pelunasan, penurunan, atau pengurangan kewajiban dimana suatu entitas mengalami kenaikan aset sebelumnya. misalnya penerimaan pembayaran dimuka dari pelanggan.
4. Suatu entitas maksudnya adalah pendapatan didefenisi sebagai kenaikan aset bukannya kenaikan ekuitas bersih meskipun kenaikan aset tersebut akhirnya berpengaruh terhadap kenaikan ekuitas bersih.
5. Pertukaran produk harus dinyatakan dalam satuan moneter untuk dicatat ke dalam system pembukuan. suatu moneter yang paling obyektif adalah jika jumlah rupiah tersebut merupakan hasil transaksi atau pertukaran antara pihak independen.

Kerangka Pemikiran

Gambar I
Kerangka Pemikiran



Kerangka penelitian diatas menggambarkan hubungan variabel independen (X) yang didalam penelitian ini adalah Biaya promosi, dan Tarif kamar Hotel terhadap variabel dependen (Y) yang di dalam penelitian ini adalah Pendapatan. Tanda penghubung dari gambar tersebut menunjukan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

Perumusan Hipotesis

Hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Diduga tidak ada pengaruh positif antara biaya promosi terhadap pendapatan hotel.

H_1 = Diduga Ada pengaruh positif antar Biaya Promosi terhadap Pendapatan Hotel dari Tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.

H_0 = Diduga tidak ada pengaruh positif antara tarif kamar terhadap pendapatan.

H_2 = Diduga ada pengaruh positif Tarif Kamar terhadap pendapatan Hotel Novilla, Sungailiat Bangka dari tahun 2014 sampai dengan Tahun 2018.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini metode yang akan digunakan adalah kuantitatif kausal yaitu penelitian yang menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan sebab-akibat dari dua atau beberapa variabel.

Variabel yang diteliti

Adapun variable yang diteliti yakni:

Variabel Independen (Biaya promosi dan Tarif kamar)

Variabel Dependen (Pendapatan)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan Adalah studi lapangan (Dokumentasi) dan studi kepustakaan dari buku-buku dan dari artikel-artikel di internet.

Jenis Data

Pada Penelitian ini penulis menggunakan data-data berdasarkan sumbernya (Sugiyono 2015) sebagai berikut:

1. Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut (Sugiyono 2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

- a. Data penjualan Hotel
- b. Data biaya promosi
- c. Data tarif sewa kamar

Metode Analisis Data

Analisis data yaitu menghitung secara pasti data-data yang diperoleh. metode analisis yang di gunakan adalah metode statistik menggunakan aplikasih (JASP Versi 0,9,2,0).

Adapun analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan alat analisis melalui pendekatan;

A. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalisasi

Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan membandingkan *Asymptotic Significance* dengan α 0,05. Dasar penarikan kesimpulan adalah data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymptotic Significance*-nya $> 0,05$ (Santoso:2004).

b) Uji Gejala Multikolinieritas

Menurut Faisal Amir (2006) uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (*independent variable*). Metode yang dapat digunakan untuk menguji terjadinya multikolinieritas dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*.

Apabila nilai VIF di bawah 10 dan *tolerance variance* di atas 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

B. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Mengetahui adanya pengaruh variable bebas dengan variable terikat, dilakukan analisis regresi linear berganda dengan formula menurut; (Sanusi, Anwar :2003) dalam Hardiansyah (2012) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

C. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Dari nilai regresi berganda yang telah diketahui selanjutnya dapat dilakukan perhitungan lebih lanjut dengan koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui besarnya kontribusi variable bebas terhadap Variabel terikat.

Rumus Determinasi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

D. Pengujian Hipotesis

a). Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variable independen secara sendiri-sendiri terhadap variable dependen. uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} (t_{tabel} dihitung dari selisih $df = n-k-1$) atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t_{hitung} .

b). Uji f (Uji Simultan)

Uji simultan dengan f_{test} ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil f_{test} menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika $P-value$ (pada kolom sign) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau F_{hitung} (pada kolom F) lebih besar dari F_{tabel} (berdasarkan dk pembilang dan dk penyebut).

IV. PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a). Uji Normalitas

Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan membandingkan *Asymptotic Significance* dengan α 0,05. Dasar penarikan kesimpulan adalah data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymptotic Significance*-nya > 0,05 (Santoso:2004). Pengujian dilakukan terhadap semua variabel penelitian, yaitu terhadap variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Tabel 1
Uji Normalisasi
Coefficients

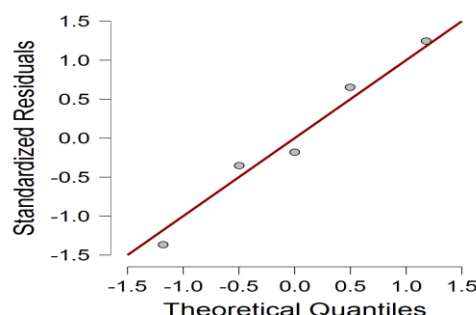
Model	Unstandardize d	Standard Error	Standardize d	t	p
-------	--------------------	-------------------	------------------	---	---

Coefficients

Model		Unstandardize d	Standard Error	Standardize d	t	p
0	(Intercept)	5.456e +9	2.482e +8		21.985	0.002
	Biaya_Promosi	7.051	1.200	0.896	5.876	0.028
	Tarif_kamar	-1.929	1.019	-0.288	-1.892	0.199

Sumber Data: data olahan (JASP Versi 0,9,2,0)

Gambar 1
Normalisasi Data



Sumber Data: data olahan (JASP Versi 0,9,2,0)

Berdasarkan gambar 1 diatas, sebaran titik atau plot mendekat garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal. Hal ini dapat didefinisikan, apabila residual berasal dari distribusi normal, maka nilai-nilai sebaran data pendapatan (*lihat sebaran data variable pendapatan yang mengelilingi garis lurus*) akan terletak disekitar garis lurus. Terlihat bahwa sebaran data pada gambar V.4 normal *P-Plot of Regression standardized residual* diatas bila dikatakan tersebar di sekeliling garis lurus tersebut (tidak terpencar jauh dari garis lurus), maka dapat dikatakan bahwa persyaratan normalitas data bisa dipenuhi.

b). Uji Multikoleaniritas

Menurut Faisal Amir (2006) uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (*independent variable*). Metode yang dapat digunakan untuk menguji terjadinya multikolinieritas dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*. Apabila nilai VIF di bawah 10 dan *tolerance variance* di atas 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 2
Coefficients

Collinearity Statistics

Model		Tolerance	VIF
0	(Intercept)		
	Biaya_Promosi	0.982	1.018
	Tarif_kamar	0.982	1.018

Sumber Data: data olahan (JASP Versi 0,9,2,0)

Berdasarkan Aturan VIF (*Variance inflation factor*) dan *tolerance*, maka apabila VIF melebihi angka 10 atau Tolerance kurang dari 0,10, maka dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas, sebaliknya apabila harga VIF kurang dari 10 atau *tolerance* lebih dari 0,10, maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. dari tabel V.21 diatas diketahui masing-masing nilai VIF sebagai berikut :

- Nilai VIF untuk variable biaya promosi $1,018 < 10$, maka variabel biaya promosi dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas
- Nilai VIF untuk variable Tarif kamar $1,018 < 10$, maka variabel tarif kamar dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c). Uji Analisis Regresi Berganda

Model dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh yang variabel-variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh *economic value added*, *market value added* dan *return on asset* sebagai variabel independen terhadap *return* saham sebagai variabel dependen. Hasil analisis ini ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

TABEL 3
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients

Model		Unstandardize d	Standard Error	Standardize d	t	p
0	(Intercept)	5.456e+9	2.482e+8		21.985	0.002
	Biaya_Promosi	7.051	1.200	0.896	5.876	0.028
	Tarif_kamar	-1.929	1.019	-0.288	-1.892	0.199

Sumber Data: data olahan (JASP Versi 0,9,2,0)

Hasil analisis regresi berganda pada Tabel 2 dapat dituliskan ke dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.456.405.594,117 + 7.051X_1 + (-1.929x_2).$$

Keterangan:

- Konstanta sebesar 5.456.401.594,117 menyatakan jika tidak ada Biaya promosi dan Tarif kamar dalam menunjang Pendapatan, maka Pendapatan hotel Novilla adalah 5.456.401.594,117
- Koefisien regresi Biaya promosi (X_1) sebesar **7,051** bernilai positif. Artinya pada saat biaya promosi mengalami kenaikan (+1), maka akan meningkatkan

Pendapatan sebesar **7,051**. Halini dapat di definisikan bahwa pada saat biaya promosi mengalami kenaikan, maka jumlah pencapaian Pendapatan akan mengalami kenaikan. Begitu juga pada saat Biaya promise mengalami penurunan, maka jumlah pendapatan akan turun.

- Koefisien regresi Tarif kamar (X_2) sebesar (-1.929) bernilai Negatif. Artinya pada saat tariff kamar mengalami kenaikan (+1) satuan, maka akan menurunkan pendapatan hotel Novilla sebesar (-1.929).

Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) terhadap variabel dependen (Y). Jika R^2 sama dengan atau mendekati 0, maka prosentase pengaruhnya kecil atau tidak ada sama sekali, sebaliknya apabila R^2 mendekati atau sama dengan 1 maka pengaruh yang diberikan variabel independen sangat besar. Hasil perhitungan koefisien determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R^2	Adjusted R^2	RMSE	Durbin-Watson
0	0.877	0.769	0,809	1.115e+8	2.388

Note. Null model includes Biaya_Promosi, Tarif_kamar
Sumber: Data olahan JASP Versi 0,9,2,0

Sumber Data: data olahan JASP 0,9,2,0

Berdasarkan table V.21 diperoleh koefisien determinasi (R -square) sebesar 0,769 yaitu hasil kuadrat dari koefisien korelasi ($0,877 \times 0,877 = 0,769$). Hal ini dapat didefinisikan bahwa 76,9% variable Pendapatan hotel Novilla dapat dijelaskan oleh variable Biaya promosi dan variable Tarif kamar, artinya variable Pendapatan dipengaruhi oleh variable Biaya promosi dan Tarif kamar adalah sebesar 76,9%, sedangkan nilai sisanya 23,1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis untuk uji t dirumuskan dengan:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$$

$$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 \neq 0$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Kriteria yang digunakan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai t_{tabel} untuk derajat bebas (df) sebesar 136 dan taraf nyata (α) = 5% adalah 1,97756. Hasil uji regresi berganda sebelumnya menunjukkan hasil sebagai berikut.

TABEL 5
Hasil Uji Parsial (Uji t untuk b1)
Biaya Promosi terhadap Pendapatan
Coefficients

Model		Unstandardize d	Standard Error	Standardize d	t	p
0	(Intercept)	5.456e +9	2.482e +8		21.985	0.002
	Biaya_Promosi	7.051	1.200	0.896	5.876	0.028
	Tarif_kamar	-1.929	1.019	-0.288	-1.892	0.199

Sumber : Data data olahan JASP 0,9,2,0

Setelah dilakukan perhitungan berdasarkan JASP Versi 0,9,2,0 maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 7,051 dan t_{hitung} sebesar 5,876 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 3 ($df = n-k-1$ atau $df = 5-1-1 = 3$) pada α (0,05) sebesar (3,18245) dan nilai signifikan sebesar 0,028 pada tingkat signifika 0,05. Dengan demikian t_{hitung} (5,876) > t_{tabel} (3,18245), sehingga jelas H_0 ditolak H_1 diterima atau jika melihat nilai signifikan 0,028 dibawa 0,05. Dengan demikian keputusannya jelas H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel Novilla. hal ini sesuai dengan teory Hendri Simamora (2002) yang menyatakan bahwa Biaya promosi adalah sejumlah dana yang di kuncurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan, karena dengan biaya promosi perusahaan dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan, maka semakin besar pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut.

TABEL 6
Hasil Uji Parsial (Uji t untuk b2)
Tarif Kamar terhadap Pendapatan
Coefficients

Model		Unstandardize d	Standard Error	Standardize d	t	p
0	(Intercept)	5.456e +9	2.482e +8		21.985	0.002
	Biaya_Promosi	7.051	1.200	0.896	5.876	0.028
	Tarif_kamar	-1.929	1.019	-0.288	-1.892	0.199

Sumber Data: data olahan (JASP Versi 0,9,2,0)

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan JASP 0,9,2,0 maka diperoleh nilai koefisien regresi negative sebesar -1,929 sedangkan t_{hitung} sebesar -1,892 dan untuk t_{tabel} dengan derajat bebas 3 ($df = n-k-1$ atau $df = 5-1-1 = 3$) pada α (0,05) sebesar (3,18245) dan nilai signifikan sebesar 0,199 pada tingkat signifikan 0,05.

Dengan demikian t_{hitung} -1,892 > t_{tabel} 3,18245 Sehingga jelas H_0 diterima H_2 ditolak atau jika melihat nilai signifikan 0,199 diatas 0,05. Dengan demikian keputusan jelas H_0 diterima dan H_2 ditolak.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Tarif kamar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan hotel. berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak manajemen hotel bahwa strategi penetapan tarif kamar dengan harga yang relatif tinggi akan berdampak pada jumlah hunian kamar yang akan menjadi rendah atau menurun, maka akan berdampak pada pendapatan, ditamba fasilitas kamar yang dianggap kurang sesuai dengan tarif yang ditetapkan untuk tiap jenis kamarnya. Tarif kamar meningkat 10% di tiap tahunnya berbanding terbalik dengan jumlah hunian kamar yang mengalami fluktuasi disetiap tahun, hal ini yang terjadi pada hotel Novilla tersebut. Minimnya tingkat hunian kamar pada hotel dikarenakan, menurut konsumen harga yang ditetapkan di tiap jenis kamar hotel tergolong tinggi sehingga banyak konsumen berkunjung ke hotel untuk sekedar menggunakan fasilitas yang ada di hotel.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan data-data penelitian dan setelah dilakukan uji-uji terkait dengan penelitian, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Dari hasil olahan data maka variabel;

1. Biaya promosi (X_1) berpengaruh positif secara parsial terhadap pendapatan hotel, hal ini sesuai dengan teory Hendri Simamora (2002) yang menyatakan bahwa biaya promosi adalah sejumlah dana yang di kuncurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan, karena dengan biaya promosi perusahaan dapat memperkenalkan produk kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan.
2. Sedangkan pada tarif kamar hotel (X_2), tidak berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan, dikarenakan ada beberapa faktor seperti fasilitas kamar hotel yang rusak dan yang kurang lengkap serta strategi penetapan tarif kamar yang dianggap terlalu tinggi sehingga konsumen tidak tertarik untuk menginap di hotel.
3. Biaya promosi dan tarif kamar secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel, hal ini dikarenakan bahwa biaya promosi dan tarif kamar sama-sama menyumbang pendapatan bagi hotel, dengan kata lain biaya promosi dan tarif kamar keduanya adalah organ penting dari hotel tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka peneliti menyarankan bahwa:

- A. Sebaiknya hotel Novilla lebih meningkatkan biaya promosi, sebab biaya promosi sangat mempengaruhi pendapatan hotel. Dengan demikian pihak menejemen pemasaran hotel harus lebih mempertimbangkan

perencanaan anggaran biaya promosi agar dapat tercapainya pendapatan yang diharapkan.

- B. Penetapan tarif perlu diperhitungkan lagi dengan melihat minat konsumen dan harga pesaing. tarif yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas jasa yang dihasilkan, sehingga konsumen merasa puas. lebih disesuaikan dengan keadaan hotel di dukung lagi dengan fasilitas yang ada di setiap kamar hotel agar pengunjung atau pengguna merasa puas dengan layanan yang ada di hotel hingga pada akhirnya pengunjung dapat berkunjung lagi atau menginap dihotel tersebut dengan begitu pendapatan hotel akan bertambah.
- C. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variable-variabel lain yang mempengaruhi atau menyumbang pendapatan bagi hotel, sehingga penelitian yang berkaitan dengan biaya promosi dan tarif kamar serta variabel lain yang akan ditambahkan kedalam penelitian, agar lebih baik lagi.

Tahun 2013: e-Journal Manajemen (Volume 3 Tahun 2015).

DAFTAR PUSTAKA

- 1] Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 2] Belkaoui, Ahmed R. 2001. *Teori Akuntansi*, Edisi 4, Jilid 2. Alih Bahasa Mawinta, Hajayanti Widiastuti, Heri Kurniawan, Alia Arisanti. Penerbit Salemba Empat, Jakarta, hal 127.
- 3] Bustami Bastian.& Nurlela. 2007. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta; Graha Ilmu
- 4] Carter, Usry, 2004, *Akuntansi Biaya*, Salemba Empat, Jakarta.
- 5] Dunia, Firdaus A. 2005. *Pengantar Akuntansi*, Buku Satu, Edisi 2, Penerbit: Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- 6] Febriyanti. 2011. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Audit Delay Perusahaan Sektor Perdagangan yang Terdaftar di Bei Periode 2007-2009. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. Vol. 1, No. 3, September 2011.
- 7] Hardiansyah, Haris .2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- 8] Hasibuan, Malayu S.P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- 9] Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- 10] Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- 11] Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benyamin Molan, Jilid 2. Jakarta: Prehalindo.
- 12] Kusnadi.2000. *Akuntansi Keuangan Menengah (intermediate)* Prinsip, Prosedur dan Metode.
- 13] Kusumastuti Ratna 2015, *Penentuan Harga Pokok Kamar Hotel dengan Metode Activity Based Costing* (Studi Kasus pada Hotel Rachmad Jati Caruban).
- 14] M Theodorus. 2000. *Teori Akuntansi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- 15] Made Adi Armana, Ketut Kirya, Wayan Suwendra. 2013. *Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai Di Singaraja*