



### SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENDAPATAN SEBUAH HOTEL

Tettie Setiyarti<sup>□</sup> & I Wayan Wisnu Wardhana

Program Studi Manajemen, STIMI Handayani, Denpasar, Indonesia

#### Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima

Disetujui

Dipublikasikan

Keywords:

*Pendapatan Hotel;*

*Saluran Distribusi*

*Langsung; Saluran*

*Distribusi Tidak*

*Langsung*

#### Abstrak

*Saluran distribusi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran sebuah hotel. Tulisan ini, yang sepenuhnya berpijak pada sebuah penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh besaran saluran distribusi, baik langsung maupun tidak, terhadap pendapatan sebuah hotel. Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif, yang bersumber pada data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi langsung berpengaruh negatif tidak signifikan dan saluran distribusi tidak langsung berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan hotel. Saran yang diberikan adalah sebaiknya manajemen hotel mengintensifkan pemasaran melalui agen dengan menjalin kerjasama yang lebih luas. Di samping itu, manajemen hotel juga perlu lebih mendayagunakan website portal dan online booking untuk meningkatkan pendapatan hotel.*

---

## MARKETING DISTRIBUTION CHANNELS AND ITS EFFECT ON HOTEL'S REVENUE

---

### Info Artikel

---

Sejarah Artikel:  
Diterima  
Disetujui  
Dipublikasikan

---

Keywords:  
????????????????????????????

---

### Abstract

---

*Distribution channel is one element of marketing mix that plays an important role in marketing activities of a hotel. This writing, which is fully based on a research that has been done by the authors, aims to see how distribution channels, whether directly or not, influence hotel's revenue. The research used quantitative data, primary and secondary, collected through observation, interview and documentation, and was used in several analysis techniques, i.e., classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis test. The results of the research indicate that the direct distribution channel is negatively insignificant and the indirect distribution channel has a significant positive effect on the hotel revenue. The advice given is that hotel management should consider marketing through more intensified agents by establishing a wider cooperation strategy. In addition, the hotel management needs to make better use of website portals and online bookings to increase hotel revenue.*

*JEL Classification: M3, M31*

---

✉Alamat korespondensi :  
Isikan alamat institusi  
E-mail: (email yang ditulis adalah email penulis yang berkorrespondensi dengan editor)

ISSN  
2580-8893 (cetak)  
2614-2953 (online)

## PENDAHULUAN

Hotel merupakan salah satu bentuk usaha jasa akomodasi yang dikelola secara komersial dan diperuntukkan bagi para wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal. Dalam melakukan kegiatan bisnisnya, sebuah hotel haruslah berpatokan pada berbagai strategi pemasaran yang telah disetujui sebelumnya agar target yang ditetapkan dapat tercapai. Oleh sebab itu, hotel tadi perlu bekerja sama dengan berbagai perantara dan saluran distribusi untuk menawarkan produknya kepada pelanggan demi kelangsungan bisnisnya tadi.

Saluran distribusi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran. Terkadang saluran ini sering disebut saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Menurut Kotler (2008:279), "Saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan dan perorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk, atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika dipindahkan dari produsen ke konsumen." Walters dalam Oentoro (2010:207) berpendapat bahwa, "Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu".

Dalam industri perhotelan, saluran distribusi dilakukan dengan melakukan kerja sama dengan berbagai perantara sehingga produk dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah hotel dapat dengan mudah dikenali oleh para konsumen. Menurut Yoeti (2003:129), dalam industri pariwisata pada umumnya dan industri perhotelan pada khususnya, saluran distribusi digunakan untuk memindahkan wisatawan menuju daerah tujuan wisata, hotel, restoran, kapal pesiar, maupun maskapai penerbangan. Demikian karena sifat dan karakter produk hotel yang berbeda dengan produk berwujud lainnya, sehingga menjadikan pemasaran produk sebuah hotel menjadi lebih kompleks dan lebih sukar dilakukan dibandingkan produk yang berwujud.

Yoeti (2003:140) kemudian membagi saluran distribusi yang menghubungkan suatu hotel dengan wisatawan menjadi dua bagian, yaitu: 1) distribusi secara langsung, dimana calon tamu hotel dan pihak hotel itu sendiri melakukan komunikasi, afirmasi, maupun konfirmasi secara langsung; dan 2) sistem distribusi secara tidak langsung dimana komunikasi, afirmasi, maupun konfirmasi kedua belah pihak tadi dilakukan secara tidak langsung, atau dengan kata lain menggunakan perantara. Sifat dari perantara pada sistem distribusi secara tidak langsung disini pun dibagi menjadi tiga berdasarkan pola intermediasinya,

yaitu: intermediasi langsung (contohnya melalui *retailer* secara langsung), intermediasi dua tahap (contohnya melalui *tour operator* yang kemudian diteruskan ke pihak *retailer*), dan terakhir intermediasi tiga tahap (contohnya melalui *Professional Convention Organizer/PCO* yang kemudian diteruskan ke pihak *tour operator* baru kemudian ke pihak *retailer*).

Tulisan yang sepenuhnya berpijak pada sebuah penelitian yang telah dilakukan oleh penulis ini, bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh besaran saluran distribusi, baik langsung maupun tidak, terhadap pendapatan sebuah hotel. Pada akhirnya nanti, tulisan ini diharapkan tidak hanya dapat dijadikan sebagai sumber referensi mengenai berbagai pola saluran distribusi serta hubungan dari tiap-tiap pola tersebut di dalam industri pariwisata, namun juga secara langsung dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak manajemen yang bergerak di industri perhotelan dalam membina kerjasama dengan berbagai *stakeholder* terkait untuk memenuhi target pendapatan mereka di masa yang akan datang.

## METODE

Penelitian yang dijadikan sebagai basis data pada tulisan ini mengambil tempat di Eden Hotel, yang beralamat di Jalan Kartika Plaza, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Sedangkan yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh saluran distribusi, baik langsung maupun tidak, yang digunakan oleh Eden Hotel, terhadap pendapatan hotel di Eden Hotel. Oleh sebab itu, Hipotesis dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

- H1. Saluran distribusi langsung berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Eden Hotel.
- H2. Saluran distribusi tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Eden Hotel.
- H3. Saluran distribusi langsung maupun saluran distribusi tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Eden Hotel.

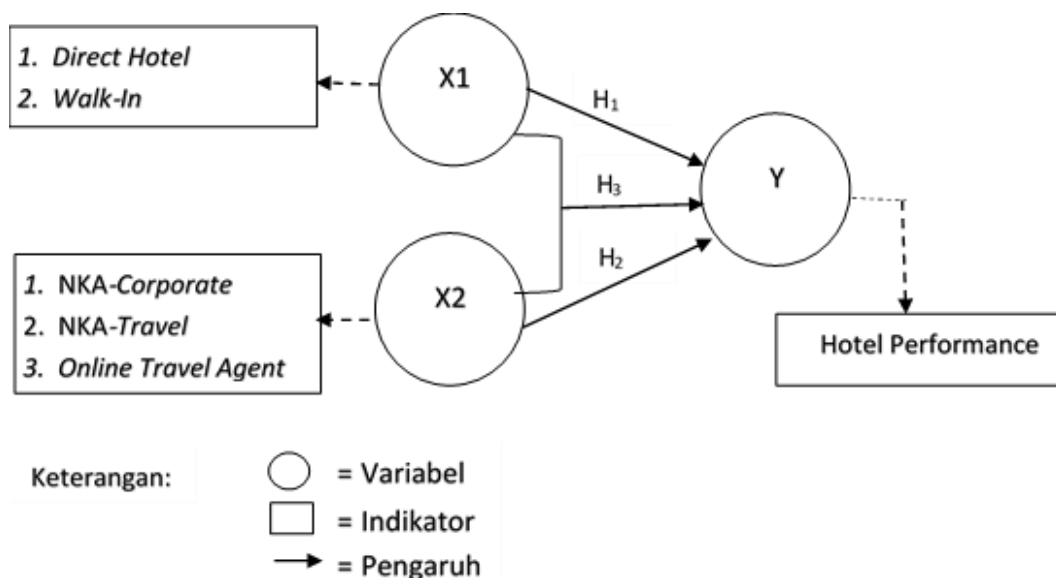
Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah saluran distribusi yang digunakan oleh Eden Hotel untuk meningkatkan pendapatannya. Sedangkan, variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan Eden Hotel pada tahun 2014 sampai dengan 2016. Lantas pada penelitian ini juga, saluran distribusi langsung didefinisikan sebagai pendapatan yang diperoleh hotel tanpa melalui perantara seperti *direct reservation*, *website portal*, maupun *walk in guest*. Sementara, saluran distribusi langsung didefinisikan sebagai pendapatan hotel yang diperoleh melalui perantara seperti biro perjalanan wisata

ataupun *travel agent* dan *corporate reservation*. Dimana kesemua skala ukur dalam penelitian ini menggunakan Rupiah (IDR). Untuk lebih mudahnya, kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yang bersumber dari: 1) data primer yang berupa wawancara yang dilakukan pada bagian Reservasi, Sales & Marketing Department, dan Departemen Kantor Depan terkait dengan data saluran distribusi di Eden Hote; dan 2) data sekunder yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat, seperti jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali, data target dan realisasi pendapatan Eden Hotel, data kontribusi portal website di Eden Hotel, serta data dari biro perjalanan wisata dan corporate Eden Hotel.

Keseluruhan data tadi kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan sistem windows SPSS versi 23, dan diuji mengikuti kaidah-kaidah statistika yang diwajibkan jika seorang peneliti menggunakan model regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Dimana sebelum membangun model tersebut, penulis telah melakukan uji asumsi klasik (Gujarati, 2012; Ghozali, 2013) serta analisis korelasi (Algifari, 2013:263) terhadap keseluruhan data, yang lalu diikuti oleh serangkaian uji pada model yang telah dibangun, seperti: uji parsial (Gozhali, 2013), uji simultan (Algifari, 2013:263), uji hipotesis (Algifari, 2013:263), serta menjalankan analisis determinasi (Algifari, 2013:240).

**Gambar 1.** Kerangka Pikir



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk memenuhi persyaratan terhadap uji asumsi klasik, dilakukan uji sebagai berikut: 1) Hasil Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov-Smirnov test (Ghozali, 2013:141), nilai  $Asymp.sig\ 0,200 > \alpha = 0,05$  yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal; 2) Hasil Uji Multikolinearitas dengan nilai tolerance variabel bebas di atas 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10 yang berarti bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas; 3) Hasil Uji Heteroskedastisitas digunakan model glejser, dengan syarat nilai signifikansi berada di atas 0,05 yang berarti tidak terdapat heterokedastisitas (Ghozali, 2013:126), tingkat signifikansi tiap variabel bebas di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heterokedastisitas; dan 4) Hasil Uji

Autokorelasi dilakukan dengan metode uji run test dengan syarat nilai signifikansi berada di atas 0,05 yang berarti tidak terdapat gejala autokorelasi (Ghozali, 2013:126), berdasarkan output SPSS diketahui nilai  $Asymp. Sig. (2-tailed)$  sebesar 0,762 lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

Teknik analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ketergantungan satu variabel terikat dengan salah satu variabel bebas dengan atau tanpa variabel moderator. Analisis ini juga menduga besarnya dan arah hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS, maka analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, Maka Model Persamaan Regresi Linear Berganda Akan Tampak Sebagai Berikut:

$$Y = 2,223 - 1,907 X_1 + 1,121 X_2$$

Konstanta Sebesar 2,223 Menyatakan Bahwa Jika Variabel Independen Dianggap Konstan, Maka Pendapatan Eden Hotel Sebesar 2,223 Satu Satuan. Koefisien Regresi Dari Saluran Distribusi Langsung (X1) Sebesar -1,907 Menyatakan Bahwa Setiap Penurunan Pendapatan Dari Saluran Distribusi Langsung Sebesar Satu Satuan, Maka Pendapatan Eden Hotel Akan Meningkat Sebesar 1,907 Satu Satuan. Koefisien Regresi Dari Saluran Distribusi Tidak Langsung (X2) Sebesar 1,121 Menyatakan Bahwa Setiap Peningkatan Pendapatan Dari Saluran Distribusi Tidak Langsung Sebesar Satu Satuan, Maka Pendapatan Eden Hotel Akan Meningkat Sebesar 1,121 Satu Satuan.

Dari Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Yang Dirangkum Pada Tabel 1 Dan Gambar2, Hasil T (Hitung) Adalah -0,896 Lebih Besar Dari T (Tabel) -2,262. Ini Berarti

Hipotesis Ditolak, Karena Terdapat Pengaruh Yang Tidak Signifikan Secara Parsial Antara Variabel Saluran Distribusi Langsung (X1) Dengan Variabel Terikat Pendapatan Hotel (Y) Di Eden Hotel.

Dari Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Yang Dirangkum Pada Tabel 1 Dan Gambar 3, Hasil T (Hitung) Adalah 3,265 Lebih Besar Dari T (Tabel) 2,262. Ini Berarti Hipotesis Diterima. Jadi, Ada Pengaruh Yang Signifikan Secara Parsial Antara Variabel Saluran Distribusi Tidak Langsung (X2) Dengan Variabel Terikat Pendapatan Hotel (Y) Di Eden Hotel.

Berdasarkan Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Yang Dirangkum Pada Tabel 1 Dapat Diketahui Bahwa F (Hitung) = 7,905 Lebih Besar Dari F (Tabel) = 4,26. Ini Berarti Hipotesis Ditolak. Jadi, Ada Pengaruh Yang Signifikan Secara Simultan/Serempak Antara Variabel Saluran Distribusi Langsung (X1) Dan Variabel Saluran Distribusi Tidak Langsung (X2) Dengan Variabel Terikat Pendapatan Hotel (Y) Di Eden Hotel

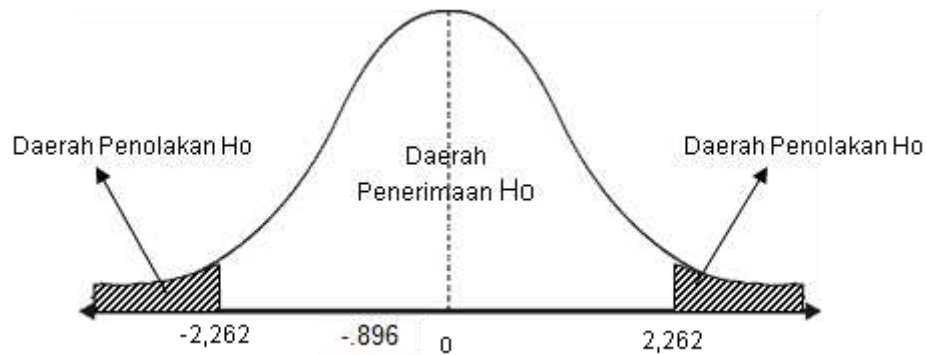
**Tabel 1.** Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	P
1 (Constant)	.223	.431			.044	.001				
Saluran distribusi langsung	-1.907	.129	-.268		-.896	.394	.456	.286		.180
Saluran distribusi tidak langsung	.121	.043	.976		.265	.010	.778	.736		.656

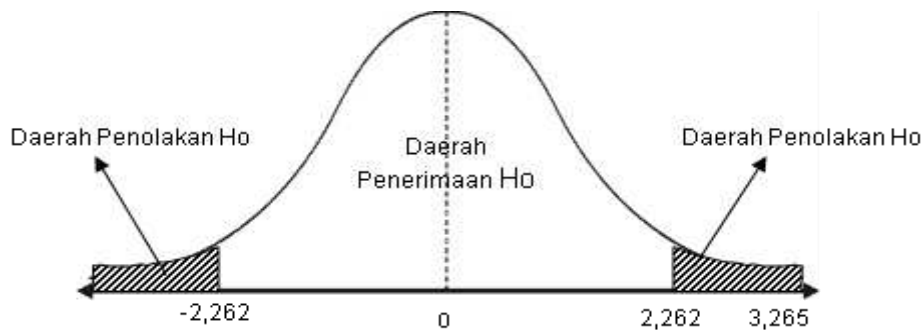
a. Dependent variable: Pendapatan Hotel

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1 Regression	128.000	2	644.000	7.905	.010 <sup>b</sup>
Residual	733.000	9	814.000		
Total	861.000	11			

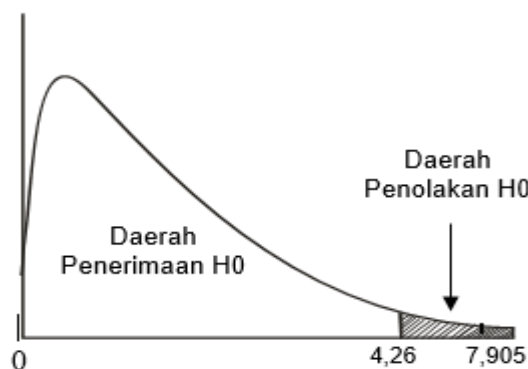
**Gambar 2.** Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji t



**Gambar 3.** Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji t



**Gambar 4.** Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho dengan Uji F



#### SIMPULAN DAN SARAN

Secara parsial saluran distribusi langsung memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pendapatan sebuah hotel, pada kasus ini spesifik terhadap Eden Hotel, sedangkan saluran distribusi tidak langsung memiliki pengaruh yang signifikan, sebesar 73,6% dalam kurun waktu 36 bulan (tahun 2014 sampai dengan tahun 2016). Secara simultan, saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak

langsung mempengaruhi pendapatan, yaitu sebesar 79,8%, dimana pengaruh itu di dominasi oleh pendapatan melalui saluran distribusi tidak langsung (*agent*).

Berdasarkan kesimpulan terlihat jelas bahwa sumber pendapatan dari saluran distribusi tidak langsung memberikan kontribusi yang signifikan. Jadi sebaiknya pemasaran melalui *agent* lebih diintensifkan dengan menjalin kerjasama yang lebih luas. Di samping

itu, manajemen sebuah hotel, dalam kasus ini Eden Hotel perlu lebih memperhatikan dan mendayagunakan *website portal* dan *online booking* untuk meningkatkan pendapatan hotel.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Algifar. 2013. Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: Sekolah tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Gujarati, D. N. & Porter, D. C. 2012. Dasar-dasar Ekonometrika. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Oentoro, D. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Samarinda: Lakbang.
- Yoeti, O. A. 2003. Strategi Pemasaran Hotel. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.