

## **Pengaruh *Average Daily Rate* dan Nilai Tukar Mata Uang terhadap *Revenue Per Available Room* di Hotel XYZ**

**Wayan Suyasa Ariantha<sup>1</sup>, I Gusti Agung Gede Witarsana<sup>2</sup>, Ni Made Suastini<sup>3\*</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Administrasi Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali  
Jalan Dharmawangsa, Kampial, Kel. Benoa, Kec. Kuta Selatan, Badung, Bali

<sup>1</sup>suyasaariantha@gmail.com, <sup>2</sup>agung.witarsana@ppb.ac.id, <sup>3\*</sup>madesuastini@ppb.ac.id

\*Corresponding author

Received: Mei, 2021

Accepted: Mei, 2021

Published: Juni, 2021

### **Abstract**

*Revenue Per Available Room (RevPAR) at Hotel XYZ has decreased since 2017 to 2019. Hotel XYZ applied Best Average Daily Rate (ADR) to increase the income without reducing the guest satisfaction. This ADR used USD nominal, so the currency exchange rate (dollar to rupiah) will have an effect on RevPAR that should be reported by using rupiah nominal. There was a phenomenon that the increase of ADR and the currency exchange rates were not followed by the increase of RevPAR at Hotel XYZ in 2017 until 2019. The purpose of this research was to analyze the effect of Average Daily Rate (ADR) and the currency exchange rate on Revenue Per Available Room (RevPAR) at Hotel XYZ. This research was a quantitative research and used multiple linier regression analysis techniques, t-test, F test and coefficient of determination test by using SPSS version 23.0 program. In determining the sample of this study, non-probability sampling method was used. The sample used in this study is data from the last 3 years, 2017, 2018, and 2019. The result of the study showed that Average Daily Rate (X1) and the currency exchange rate (X2) had a significant effect on Revenue Per Available Room (Y) at Hotel XYZ, both partially or simultaneously.*

**Keywords:** average daily rate, exchange rate, revenue

### **Abstrak**

*Average Daily Rate (ADR) di Hotel XYZ mengalami kenaikan dari tahun 2017 ke tahun 2019, sementara rata – rata Revenue Per Available Room (RevPAR) terjadinya penurunan RevPAR pada tahun 2018. Fenomena yang terjadi yaitu adanya kenaikan nilai ADR dan nilai tukar mata uang tidak diikuti oleh naiknya RevPAR di Hotel XYZ pada tahun 2017 sampai tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Average Daily Rate (ADR) dan nilai tukar mata uang terhadap Revenue Per Available Room (RevPAR) di Hotel XYZ. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji-t, uji F dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 23. Dalam menentukan sampel penelitian ini, digunakan metode penetapan sampel nonprobability sampling dan data yang digunakan adalah data dari tiga tahun terakhir yaitu tahun 2017, 2018, dan 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Average Daily Rate (X1) dan nilai tukar mata uang (X2) berpengaruh signifikan*

terhadap *Revenue Per Available Room (Y)* di Hotel XYZ, baik secara parsial maupun simultan.

**Kata kunci:** *average daily rate, nilai tukar uang, revenue*

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, produk dan jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak. Tidak hanya perhotelan, villa juga menjadi salah satu jasa penginapan yang kini sudah banyak berkembang sebagai pendukung kegiatan pariwisata. Di Bali khususnya terjadi perkembangan yang begitu pesat, sehingga menimbulkan persaingan bisnis di bidang pariwisata yang semakin ketat. Bisnis seperti hotel maupun villa akan bersaing untuk memperoleh pendapatan (*revenue*) yang sesuai atau bahkan melebihi target.

Jasa akomodasi seperti hotel tentu memiliki strategi untuk meningkatkan kinerjanya sehingga dapat memenangkan persaingan di industri perhotelan yang semakin ketat. Damonte et al. (2014), menyebutkan tingkat hunian kamar (*occupancy*), rata-rata harga kamar (*average daily rate*), dan *Revenue Per Available Room* (RevPAR) merupakan perwakilan dari ukuran kinerja hotel yang telah diterima secara luas, baik oleh peneliti maupun kalangan praktisi perhotelan.

Menurut Wiyasha (2010:496) *Revenue Per Available Room* (RevPAR) merupakan rasio yang memberikan informasi mengenai penjualan yang dihasilkan untuk setiap kamar yang dimiliki hotel yang dapat dijual kepada tamu. RevPAR merupakan hasil perhitungan dalam kurun waktu tertentu (harian, bulanan atau tahunan), perbandingan dilakukan dengan kurun waktu yang sesuai. Indeks ini sering kali digunakan untuk melakukan perbandingan dengan kompetitor dalam suatu area yang ditentukan atau satuan perbandingan yang ditentukan tersendiri oleh *hotel manager* atau pemilik usaha.

Menurut Ivanov (2014:98), harga adalah salah satu instrumen paling penting dalam *revenue management* karena secara langsung terkait dengan tingkat pendapatan. Hotel dapat menarik pelanggan yang tepat dan menghasilkan pendapatan yang tinggi dengan merubah tingkat harga dari waktu ke waktu, adanya rasio antara harga yang berbeda untuk berbagai segmen pasar (yang disebut "struktur harga") dan kondisi yang berlaku untuk setiap tingkat harga. Jelas pelanggan ingin membayar sesedikit mungkin, sedangkan hotel lebih suka membebankan biaya sebanyak mungkin. Namun, jika pelanggan merasa bahwa telah ditagih berlebihan dan harga yang dibayarkan tidak mencerminkan nilai yang diterima dari produk, maka hubungan masa depan antara kedua belah pihak dipertaruhkan.

Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh sebuah hotel akan berdampak langsung pada hasil yang diinginkan. Perusahaan pada umumnya menerapkan kebijakan harga yang dinamis semakin meningkatnya penggunaan saluran distribusi melalui internet, dimana kebijakan harga dinamis ini mengubah harga dari waktu ke waktu tergantung dari pemesanan hingga saat itu secara kompetitif (Raya, 2011). Penetapan harga dinamis diterapkan untuk memaksimalkan pendapatan, dengan mempertimbangkan tingkat hunian, permintaan saat ini, dan perkiraan permintaan. Pendekatan harga dinamis biasanya digunakan dalam pemesanan *online* (Bayoumi et al., 2013).

Keberhasilan operasional *room department* diukur dari rasio ADR (*Average Daily Rate*), disamping dengan *paid occupancy percentage*, rasio ini mengungkapkan informasi rata - rata harga jual kamar harian. *Average Daily Rate* dipengaruhi oleh jenis kamar yang terjual seperti *villa with rice terrace view* dan *villa with river view*.

Kondisi dimana *Average Daily Rate* (ADR) mengalami penurunan dan RevPAR mengalami penurunan pada tahun 2017 di Hotel XYZ terjadi pada bulan Februari ke Maret, Juli ke Agustus, dan Agustus ke September. Di tahun 2018 ADR mengalami penurunan dan RevPAR mengalami penurunan terjadi pada bulan Februari ke Maret, April

ke Mei, dan Agustus ke September. Kondisi yang sama juga terjadi pada tahun 2019 yaitu pada bulan Februari ke Maret, April ke Mei, Agustus ke September, dan Oktober ke November. Fenomena tersebut menunjukkan adanya hubungan antara tingkat harga kamar yang ditawarkan dengan RevPAR yang selalu berubah-ubah setiap bulannya, sehingga sulit untuk diprediksikan setiap bulan yang sama pada tahun berikutnya. Namun, pada bulan-bulan tertentu terdapat fenomena dimana ADR yang meningkat akan tetapi RevPAR mengalami penurunan. Fenomena tersebut terjadi pada bulan Mei ke Juni pada tahun 2017 dan terjadi fenomena yang sama pada bulan Oktober ke November pada tahun 2018. Hal sebaliknya yaitu saat ADR mengalami penurunan namun RevPAR mengalami kenaikan yang terjadi pada tahun 2017 terjadi pada bulan November ke Desember. Di tahun 2018 ADR mengalami penurunan namun RevPAR mengalami kenaikan terjadi pada bulan Juni ke Juli. Hal yang sama juga terjadi pada tahun 2019 pada bulan Januari ke Februari, dan Juni ke Juli.

Menurut Corgel et al. (2013) secara teori ekonomi, nilai tukar uang di suatu negara yang melemah akan mendorong penguatan nilai tukar uang di negara lain dan juga terjadinya peningkatan jumlah kedatangan wisatawan di negara yang nilai tukar uangnya melemah, tetapi nilai tukar uang yang melemah itu juga mengurangi keinginan untuk melakukan perjalanan dari masyarakat yang ada di negara tersebut sehingga akan mempengaruhi *room revenue* dan akan diikuti oleh RevPAR. Dapat dikatakan tinggi rendahnya nilai tukar mata uang (USD terhadap rupiah) akan mempengaruhi naik turunnya RevPAR.

Rata-rata nilai tukar mata uang Dollar terhadap Rupiah mengalami kenaikan dari tahun 2017 ke 2019. Begitu pula dengan rata-rata RevPAR pada tahun yang sama mengalami kenaikan. Namun, nilai tukar mata uang Dollar terhadap Rupiah dan nilai RevPAR mengalami fluktuatif setiap bulannya. Data nilai tukar mata uang di Hotel XYZ diperoleh dari rata – rata *kurs*/nilai tukar mata uang yang digunakan setiap bulan melalui *Marriot Automated Reservation System for Hotel Accomodations (MARSHA)*. Berdasarkan data dari Hotel XYZ menunjukkan pada saat terjadi penguatan Dollar terhadap Rupiah maka RevPAR pun mengalami kenaikan, dan begitu pula sebaliknya. Fenomena tersebut menunjukkan adanya hubungan antara nilai tukar mata uang (Dollar terhadap Rupiah) dengan RevPAR. Namun terjadi fenomena lainnya yaitu saat Dollar menguat terhadap Rupiah, RevPAR justru mengalami penurunan. Hal tersebut terjadi pada tahun 2017 bulan Juli ke Agustus. Hal yang sama terjadi pada tahun 2018 bulan Oktober ke November dan pada tahun 2019 bulan Februari ke Maret. Terjadi pula fenomena sebaliknya yaitu saat Dolar melemah terhadap Rupiah, RevPAR justru mengalami kenaikan. Hal tersebut terjadi pada tahun 2018 bulan Februari ke Maret dan pada tahun 2019 bulan Februari ke Maret, April ke Mei dan Oktober ke November. Berdasarkan fenomena yang terjadi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Average Daily Rate (ADR)* dan Nilai Tukar Mata Uang secara parsial maupun secara simultan terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ.

## 2. METODE PENELITIAN

Obyek dari penelitian ini adalah pengaruh *Average Daily Rate (ADR)* dan Nilai Tukar Mata Uang terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa Data *Average Daily Rate (ADR)*, nilai tukar mata uang Dollar terhadap Rupiah dan *Revenue Per Available Room (RevPAR)*. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari data hasil wawancara mengenai penerapan nilai tukar mata uang di Hotel XYZ dan data sekunder yaitu data *Average Daily Rate (ADR)*, nilai tukar mata uang Dollar terhadap Rupiah dan *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Average Daily Rate (ADR)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ. Berdasarkan pengamatan empiris, Disaat permintaan pasar tinggi maka *Average Daily Rate (ADR)* yang ditetapkan juga tinggi sehingga *room revenue* akan meningkat yang diikuti oleh meningkatnya *RevPAR*. Secara teoritis, hal ini didukung oleh teori dari Ivanov (2014:98) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu instrumen paling penting dalam *revenue management* karena secara langsung terkait dengan tingkat pendapatan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa nilai tukar mata uang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ. Berdasarkan pengamatan empiris, nilai tukar mata uang akan berdampak pada permintaan pariwisata. Disaat nilai tukar USD terhadap rupiah tinggi maka permintaan akan meningkat sehingga *room revenue* akan meningkat yang diikuti oleh meningkatnya *RevPAR*. Hasil penelitian ini didukung oleh temuan dari Chang (2009) yang menyatakan bahwa nilai tukar mata uang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *RevPAR*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Average Daily Rate (ADR)* dan nilai tukar mata uang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ. *Average Daily Rate* dan nilai tukar mata uang memiliki kaitan dengan permintaan pariwisata. Tingginya permintaan pariwisata akan meningkatkan pendapatan. Secara teoritis, Ivanov (2014) menyatakan bahwa keputusan mengenai kebijakan harga harus berdasarkan pada permintaan pariwisata. Selain itu, Ivanov (2014) menyatakan bahwa dalam periode pertumbuhan ekonomi yang tinggi maka permintaan bisnis dan perjalanan meningkat, sehingga akan diikuti oleh meningkatnya pendapatan. Sedangkan berbeda dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Zheng (2014) bahwa pertumbuhan kapasitas kamar yang cepat selama resesi di USA merupakan salah satu penyebab utama penurunan *RevPAR*. Peningkatan 9.878 lebih dari yang diharapkan dalam jumlah kamar mingguan rata-rata mungkin menyebabkan setidaknya \$0,10 lebih banyak dari yang diharapkan penurunan rata-rata mingguan *RevPAR*. Temuan penelitian Zheng (2014) ini juga menunjukkan bahwa industri penginapan di USA telah menghadapi kelebihan persediaan kamar karena resesi dan pemulihan *RevPAR* tidak dapat diharapkan dalam waktu dekat.

### 4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Average Daily Rate (ADR)* dan Nilai Tukar Mata Uang terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)* di Hotel XYZ, maka dapat diambil kesimpulan bahwa (1) *Average Daily Rate* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Revenue Per Available Room* di Hotel XYZ, (2) Nilai Tukar Mata Uang secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Revenue Per Available Room* di Hotel XYZ, dan (3) *Average Daily Rate* dan Nilai Tukar Mata Uang secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Revenue Per Available Room* di Hotel XYZ. *Average Daily Rate (ADR)* dan nilai tukar mata uang memiliki pengaruh sebesar 72% terhadap *Revenue Per Available Room (RevPAR)*, sedangkan sisanya yaitu sebesar 28% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti tarif kamar, biaya promosi dan jumlah kamar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono, & Sambodo, A. (2006). *Dasar-dasar Kantor Depan Hotel*. CV. Yogyakarta : Andi Offset.
- Bayoumi, A. E., et al. (2013). Dynamic Pricing for Hotel Revenue Management Using Price Multipliers. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 12, 271-285.
- Chang, C. (2009). *Revenue Management and Exchange Rate Risk*. Cornell University.

- Chattopadhyay, M. & Mitra, S. M. (2018). Determinants of Revenue Per Available Room: Influential Roles of Average Daily Rate, Demand, Seasonality and Yearly Trend. *International Journal of Hospitality Management*, 77:573-582.
- Choi, S., & Mattila, A. S. (2003). Hotel Revenue Management and Its Impact on Customers Perceptions of fairness. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 2 (4), 303-314.
- Corgel, J. B., et al. (2013). How Currency Exchange Rates Affect the Demand for U. S. Hotel Rooms. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 78-88.
- Damonte, L. T., et al. (2014). Brand Affiliation and Property Size Effects on Measures of Performance in Lodging Properties. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Hayes, D. K., & Miller, A.A. (2011). *Revenue Management for Hospitality Industri*. United States of America.
- Ivanov, S. (2014). *Hotel Revenue Management*. Varna: Zangador.
- Muchlas, Z., & Alamsyah, A.R. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurs Rupiah Terhadap Dolar Amerika Pasca Krisis (2000-2010). *Jurnal JIBEKA*, 9 (1), 76-86. Malang.
- Murphy, L., & Helmick, C.G. (2012). The Impact of Osteoarthritis in The United States: A Population-Health Perspective. *American journal of Nursing*. Vol. 112:3.
- O'Neill, J., & Mattila, A. S. (2006). Strategic Hotel Development and Positioning. *International Journal of Hospitality Management*, 47 (2),146-154.
- Raya, J.M. (2011). The Effect of Time on Hotel Pricing Strategy. *Applied Economics Letters*, 18(13).
- Rohlfs, K. V., & Kimes, S. E. (2005). Average Daily Rate Pricing at Hotels: A Study of Customer Perceptions and Reactions. *Cornell Hospitality Report*, 5 (7), 6-17.
- Rohlfs, K. V., & Kimes, S. E. (2007). Customer Perceptions of Average Daily Rate Hotel Rate. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (2), 151-162.
- Wiyasha, I.B.M. (2010). *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zheng, T. (2014). What caused the decrease in RevPAR during the recession? An ARIMA with intervention analysis of room supply and market demand. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 26 No. 8, pp. 1225-1242. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2013-0192>.