



## Pengaruh Penjualan Kamar Melalui Online Travel Agent Terhadap Tingkat Hunian Kamar (Studi Kasus di Kayu Manis Jibaran Privite Estate & Spa Bali)

Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati <sup>1\*)</sup>, A.A Gaury Peringgaswari<sup>2</sup>,

<sup>1,2</sup>Program Studi Pengelolaan Perhotelan  
Politeknik Pariwisata Bali Jl. Dharmawangsa, Kampial, Nusa Dua, Bali, Indonesia

sulistyawati@ppb.ac.id<sup>1\*</sup>, aagaury@gmail.com<sup>2</sup>

Received: Agustus, 2022

Accepted: September, 2022

Published: April, 2023

### ABSTRACT

*Tourism is a prominent sector in Indonesia and serves as the largest foreign exchange earner. Bali, in particular, remains a highly popular tourist destination, evident from the continuous growth of hotels in the area. Hotel room bookings can be made through various methods, including online travel agents (OTAs). Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa utilizes OTAs as a primary distribution channel alongside direct bookings, as indicated by sales data from 2019 to 2021. The relationship between room sales through OTAs and room occupancy rates at Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa exhibits fluctuations that contradict the expected pattern. Despite an increase in room occupancy rates in 2020, there was no concurrent rise in the number of room sales through OTAs. This inconsistency suggests an incongruity in the contribution and influence of OTA room sales on room occupancy rates. Consequently, this research aims to investigate the impact of room sales through OTAs on room occupancy rates at the mentioned establishment. Data collection methods employed include interviews and documentation studies. The research employs a simple linear regression analysis technique using the SPSS version 25 program. The analysis results reveal that room sales through OTAs exert a positive and significant influence on the room occupancy rate at Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa, with a sales contribution of 80.6%. The remaining 19.4% is attributed to other factors not examined in the study.*

**Keywords:** Online Travel Agent, Room Occupancy Rate, E-Commerce

### ABSTRAK

*Pariwisata menjadi salah satu sektor terkemuka dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Di Indonesia, Bali tetap menjadi salah satu tujuan wisata paling populer, yang dapat dibuktikan dengan jumlah hotel yang terus berkembang. Pemesanan kamar hotel dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah melalui agen perjalanan online (OTA). Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa menggunakan OTA sebagai saluran distribusi utama selain pemesanan langsung, seperti yang terlihat dari data penjualan selama periode 2019-2021. Penjualan kamar melalui OTA terhadap tingkat hunian kamar cenderung fluktuatif dengan pola yang berlawanan dengan konsep yang diharapkan, di mana pada tahun 2020 peningkatan tingkat hunian kamar tidak diikuti peningkatan penjualan kamar melalui OTA. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian dalam kontribusi dan pengaruh penjualan*

*kamar melalui OTA terhadap tingkat hunian kamar. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penjualan kamar melalui OTA terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa penjualan kamar melalui OTA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa dengan kontribusi penjualan sebesar 80,6%, sementara persentase sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

**Kata kunci:** Agen Perjalanan Online, Tingkat Hunian Kamar, E-Commerce

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Penyediaan jasa akomodasi perhotelan memiliki peran yang cukup besar dalam perkembangan pariwisata ini karena hotel sangat membantu wisatawan dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggalnya selama berwisata. Hotel sendiri memiliki arti suatu bisnis jasa atau pelayanan yang dijalankan, yang menyediakan akomodasi, serta dikelola secara komersial yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, baik kamar untuk penginapan dan juga untuk makan dan minum, maupun fasilitas pelayanan jasa lainnya (Chair, 2017:1). Bali merupakan daerah wisata dengan jumlah hotel terbanyak di Indonesia (Rahadiansyah, 2021). Menurut Badan Pusat Statistik Bali (BPS) yaitu mengalami peningkatan dari tahun 2017 ke tahun 2019. Peningkatan ini dapat dilihat pada persentase pertumbuhan yakni pada tahun 2018 meningkat sebesar 9,66%. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah wisatawan namun persentase pertumbuhannya lebih kecil dari tahun sebelumnya yakni sebesar 6,26% dari tahun 2018. Namun pada tahun 2020 terlihat jumlah wisatawan yang datang ke Bali mengalami penurunan drastis yaitu sebesar 66,32% dari tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan hingga 24,10%. Meskipun mengalami penurunan pada dua tahun terakhir, pulau Bali masih tetap menjadi salah satu tujuan berwisata yang banyak diminati dengan adanya bukti masih tersedianya akomodasi penginapan berbintang salah satunya merupakan Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa diperkenalkan pada publik pada tahun 2006. Selama belasan tahun beroperasi, Kayumanis Jimbaran selalu berfokus dalam meningkatkan jumlah hunian kamarnya. Tingkat hunian kamar merupakan jumlah wisatawan yang menginap dan dijadikan sebagai salah satu indikator yang menjadi determinan keberhasilan suatu akomodasi (Suryasih, 2019:97). Tingkat hunian kamar sangat penting untuk keberlangsungan bagi suatu akomodasi hotel, semakin tingginya tingkat hunian kamar maka semakin tinggi pula pendapatan dari akomodasi hotel tersebut. Namun tingkat hunian kamar pada Kayumanis Jimbaran dalam tiga tahun terakhir mengalami dinamika, dimana terjadi peningkatan dan penurunan. Hal ini terlihat dari data tingkat hunian kamar pada tahun 2019-2021. Selain adanya pandemi ini, dinamika tingkat hunian kamar disebabkan karena adanya persaingan dan kompetisi dengan kompetitor.

Komponen *place* atau pendistribusian ini akan membantu dalam menarik target pasar yang tepat. Pendistribusian yang dimaksud dalam jasa akomodasi adalah saluran distribusi yang digunakan. Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa menggunakan saluran distribusi untuk menarik target pasar dan juga sekaligus meningkatkan tingkat hunian kamarnya. Berdasarkan hasil wawancara tidak terstruktur dengan Ibu Emi Fridayani selaku Sales Manager di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa, diketahui bahwa Kayumanis Jimbaran bekerja sama dengan beberapa online travel agent Kerja sama dengan online travel agent ini diharapkan dapat menjadi media untuk meningkatkan produktivitas penjualan kamar pada Kayumanis Jimbaran. Pada dasarnya, tingkat hunian kamar akan meningkat seiring meningkatnya jumlah penjualan kamar melalui OTA (Muhammad, 2019). Namun, pada Kayumanis Jimbaran peningkatan jumlah penjualan

kamar melalui OTA pada tahun 2020 tidak disertai dengan peningkatan tingkat hunian kamar pada Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa Jimbaran. Menurut Putra (2021) pada hasil penelitiannya disimpulkan bahwa penjualan kamar melalui online travel agent berpengaruh positif terhadap tingkat hunian kamar sehingga dapat tercapainya tujuan dari perusahaan. Namun, menurut Harini (2017) dalam penelitiannya disimpulkan bahwa penjualan kamar melalui *online travel agent* berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar namun tidak terlalu signifikan. Berdasarkan atas perbandingan penelitian sebelumnya, signifikansi pengaruh penjualan kamar melalui OTA terhadap tingkat hunian kamar masih perlu dipertanyakan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan penelitian tentang “Pengaruh penjualan kamar melalui online travel agent terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa”.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penjualan kamar melalui *online travel agent* terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Private Estate & Spa. Adapun Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data penjualan kamar melalui saluran distribusi *online travel agent* dan tingkat hunian kamar pada periode 2019-2021 di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melakukan wawancara dan studi dokumentasi. Proses pengolahan data menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 25. Analisis statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji autokorelasi, uji normalitas, dan uji linieritas, analisis regresi linier sederhana, pengujian signifikansi dengan menggunakan uji t (*t-test*), dan analisis koefisien determinasi. Sebelum menganalisis data, terlebih dahulu dilakukan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Transformasi Data

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penjualan kamar melalui online travel agent terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yaitu data penjualan kamar melalui *online travel agent* dan tingkat hunian kamar periode 2019-2021. Penggunaan data sekunder menyebabkan harus dilakukan transformasi data sebelum menganalisis data. Transformasi data adalah salah satu metode untuk menormalkan data dengan cara mengubah skala pengukuran data asli menjadi bentuk lain dengan memiliki nilai yang sama sehingga data dapat memenuhi syarat uji asumsi klasik Ghazali (2016:154).

Tabel 1. Transformasi Data Variabel *Online Travel Agent* (X) dan Tingkat Hunian Kamar (Y)

No	<i>Online Travel Agent</i> (X)	Tingkat Hunian Kamar (Y)
1	4.70	3.54
2	5.37	3.98
3	4.79	3.24
4	5.39	3.89
5	5.25	3.87
6	5.70	4.09
7	5.91	4.28
8	6.21	4.47
9	6.04	4.29
10	5.95	4.25
11	5.30	3.70
12	5.40	3.76

13	6.00	4.29
14	5.42	3.82
15	4.79	3.15
16	0.00	0.00
17	0.00	0.00
18	0.00	0.00
19	2.08	(0.17
20	3.37	0.77
21	4.89	1.50
22	4.50	3.14
23	5.39	2.88
24	4.54	3.83
25	4.03	3.00
26	4.50	2.58
27	4.68	2.91
28	4.75	3.00
29	5.08	3.04
30	4.09	3.41
31	3.95	2.58
32	4.25	2.42
33	5.25	2.59
34	4.25	3.49
35	4.70	3.07
36	5.28	3.52

Sumber: Hasil penelitian, 2022

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk menguji ada tidaknya autokolerasi, maka digunakan metode Durbin Watson (DW Test). Jika nilai DW Test sudah ada, maka nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Pengujian gejala autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson, apabila  $du < dw < 4 - du$  maka terjadi autokorelasi, hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.6, sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai Durbin Watson

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.898 <sup>a</sup>	.806	.800	.59017	1.530

a. *Predictors: (Constant), LN Online Travel Agent*

b. *Dependent Variable: LN Tingkat Hunian Kamar*

Sumber: Hasil data penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 2 tersebut bahwa hasil uji autokolerasi didapat nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,530 sedangkan jumlah variabel bebas ( $k=1$ ) dan jumlah data sebanyak 36 ( $N=36$ ). Sedangkan besarnya nilai DU sebesar 1,524 dan  $du < dw < 4 - du$ ,  $1,524 < 1,530 < 2,476$  maka dapat disimpulkan bahwa bebas dari gejala autokolerasi

2. Uji Normalitas

Pada penelitian ini pengujian normalitas dilakukan menggunakan analisis statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov, yaitu dengan membandingkan signifikansi Kolmogorov-Smirnov dengan alpha 5%. Pada penelitian ini pengujian normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		36
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.58167452
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.116
	<i>Positive</i>	.088
	<i>Negative</i>	-.116
<i>Test Statistic</i>		.116
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.100 <sup>c,d</sup>

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

c. *Lilliefors Significance Correction.*

d. *This is a lower bound of the true significance.*

Sumber: Hasil penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 3 hasil yang didapat dari uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* tersebut didapatkan hasil bahwa, nilai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Z* adalah sebesar 0,116 dengan tingkat signifikan 0,100 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* yang diperoleh lebih besar dari 0,05 atau *Asymp.Sig. (2-tailed)* 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual yang dianalisis berdistribusi secara normal.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas garis regresi dimaksudkan untuk mengetahui keberartian koefisien arah regresi dari model linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian linieritas dilakukan dengan menggunakan program Statistical Package of Social Science (SPSS) versi 25.0 for Windows. Hasil pengujian linieritas disajikan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Linearita

<i>Travel Agent</i>							
<i>LN Tingkat Hinian Kamar * LN Online</i>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	56.771	27	2.103	7.741	.003
		<i>Linearity</i>	47.898	1	47.898	176.339	.000
		<i>Deviation from Linearity</i>	8.872	26	.341	1.256	.389
	<i>Within Groups</i>		.173	8	.272		
		<i>Total</i>	58.944	35			

Hasil analisis uji linieritas garis regresi pada Tabel 4.8 menunjukkan nilai signifikansi  $(0,00) < 0,05$ . Karena nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara penjualan kamar melalui online travel agent (X), dengan tingkat hunian kamar (Y) mempunyai hubungan yang linier.

### Analisis Data

#### Uji Analisis Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini layak digunakan. Maka seluruh uji asumsi telah terpenuhi dan analisis regresi linier sederhana dapat dilanjutkan. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu *Online travel agent* (X) terhadap Tingkat hunian kamar (Y). Hasil analisis linier sederhana dengan program *Statistical Package of Social Science* (SPSS) versi 25.0 for Windows dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.339	0.288		2.006	0.247
1 LN Online Travel Agent	0.734	0.060	0.901	12.142	0.00

a. Dependent Variable: LN Tingkat Hunian Kamar  
 [Sumber: Hasil penelitian, 2022]

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier sederhana pada Tabel 5 tersebut, dapat dilihat suatu persamaan model regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = -0,339 + 0,734 X +$$

Dimana:

Y = Tingkat hunian kamar  
 X = *Online travel agent*

Persamaan regresi linier sederhana tersebut menunjukkan arah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun penjabaran dari persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

- Nilai *constant* -0,339 menunjukkan apabila *Online travel agent* bernilai sama dengan 0 (nol) maka Tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa mengalami penurunan sebesar 0,339
- Nilai koefisien regresi *online travel agent* sebesar 0,734 artinya *online travel agent* memiliki arah pengaruh positif terhadap tingkat hunian kamar jika nilai *online travel agent* meningkat, maka tingkat hunian kamar akan meningkat sebesar 0,734%

### Uji Hipotesis

Uji Hipotesis (Uji t) digunakan untuk menguji pengaruh variabel *online travel agent* (X), terhadap variabel Tingkat hunian kamar (Y). Tabel 4.10 menunjukkan hasil perhitungan uji t dengan program *Statistical Package of Social Science (SPSS) versi 25.0 for Windows*.

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients Beta</i>	t hitung	Sig.
<i>Online travel agent</i>	0,734	12.142	0,000

[Sumber: Hasil penelitian, 2022]

Untuk menguji  $H_0$  diterima atau ditolak digunakan langkah-langkah sebagai berikut.

- Perumusan hipotesis  
 $H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya variabel *online travel agent* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa  
 $H_a : \beta_1 > 0$ , artinya variabel *online travel agent* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa
- Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan  $df = (n-k-1) = 34$ , sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel} = (0,05 ; 34) = 2,032$
- Menentukan besarnya  $t_{hitung}$
- Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 12.142 dan  $t_{sig}$  sebesar 0,000 (tabel 4.6)
- Kriteria Pengujian/pengambilan keputusan  
 Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $t_{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai  $t_{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- Kesimpulan berdasarkan hasil analisis di atas dapat dijelaskan bahwa  $t_{hitung} (12.142) > t_{tabel} (2,032)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel *Online travel agent* berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat hunian kamar. Koefisien regresi  $\beta_1$  (variabel *Online travel agent*) sebesar 0,734, menunjukkan bahwa semakin meningkat *Online travel agent* maka semakin meningkat tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa

### Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variasi variabel bebas yaitu *online travel agent* (X) terhadap tingkat hunian kamar (Y) di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. berdasarkan hasil dengan program *Statistical Package of Social Science* (SPSS) versi 25.0 for Windows yang dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Determinasi  
*Model Summary<sup>b</sup>*

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.898 <sup>a</sup>	.806	.800	.59017	1.530

a. *Predictors: (Constant), LN Online Travel Agent*

b. *Dependent Variable: LN Tingkat Hunian Kamar*

Sumber: Hasil penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 7 tersebut dapat diketahui bahwa nilai r square ((r<sup>2</sup>)= 0,806 Adapun analisis menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$D = 0,808 \times 100\%$$

$$D = 80,6\%$$

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai R<sup>2</sup>= 0,806, yang berarti bahwa sebesar 80,6 persen tingkat hunian kamar (Y) di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa dipengaruhi oleh *Online travel agent* (X) dimana 80,6% dapat dikategorikan sangat kuat (Sugiyono, 2012:186). Sedangkan sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### 3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana yang didapatkan adalah  $Y = -0,339 + 0,734 X$  tentang pengaruh variabel *online travel agent* terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan, dapat dilihat nilai signifikansi variabel *online travel agent* terhadap Tingkat hunian kamar sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,05 ( $0,000 > 0,05$ ) dan thitung (12.142) > ttabel (2,032) dengan nilai koefisien 0,734 (positif), sehingga Hipotesis a dalam penelitian ini diterima. Artinya bahwa variabel *online travel agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat online travel agent maka semakin meningkat tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa Pada penelitian yang dilakukan diketahui nilai R<sup>2</sup>= 0,806 persen, yang berarti bahwa sebesar 80,6 persen Tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa dipengaruhi oleh variabel *online travel agent* (X) dimana 80,6 % sudah masuk dalam kategori sangat kuat, Sedangkan sisanya sebesar 19,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Menurut Pradianingtyas (2015) *online travel agent* merupakan agen perjalanan yang memiliki peran sebagai media untuk promosi dan penjualan secara *online* melalui *website*. *Website online travel agent* merupakan *website* yang dikelola oleh OTA yang melakukan pendistribusian dan memberi fasilitas pesanan ke pihak penyedia usaha pariwisata. *Online travel agent* merupakan agen perjalanan yang menggunakan *website* sebagai media promosi produk ke calon konsumen. Pada masa kini, hampir semua perusahaan beralih menggunakan *website* untuk mempromosikan produknya *online travel agent* sendiri masuk ke dalam media penjualan *e-commerce*, dimana pada saat ini banyak dilakukan pemasaran pada sistem teknologi informasi tersebut. Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suniarti dan Menuh (2019) membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara reservasi *online travel agent* dan tingkat hunian kamar, Putra (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *online reservations* secara parsial terhadap tingkat



hunian kamar, dan Hendriyati, Lutfi (2019) menunjukkan *online travel agent* memiliki pengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat kesimpulan bahwa *online travel agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa. Variabel *online travel agent* (X) menunjukkan koefisien 0,648 (positif), dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai thitung ( $12.142 > t_{tabel} (2,032)$ ). Berdasarkan uji determinasi, kontribusi OTA terhadap tingkat hunian kamar di Kayumanis Jimbaran Private Estate & Spa sebesar 80,6%. Dimana angka ini termasuk tinggi dan memiliki tingkat signifikansi yang tinggi. Mengacu pada simpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, saran yang paling relevan untuk di implementasikan pada manajemen ialah membuat kebijakan yang lebih tepat dengan memperhatikan berbagai faktor promosi yang diberikan dan memperhatikan saluran distribusi terutama saluran distribusi *online travel agent* yang dimana memiliki pengaruh yang sangat signifikan dengan persentase 80,6%. Hal yang dapat dilakukan oleh manajemen salah satunya meningkatkan kerja sama, memperluas jangkauan serta membuat promosi yang dapat menarik tamu untuk menginap.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Chair, I. M. (2017). *Hotel Room Division Management*. Jakarta: Kencana.
- Damardjati, R. (2006). *Istilah - Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Tangerang: Universitas Diponegoro.
- Harini, T. (2017). Penggunaan Online Travel Agent terhadap Tingkat Hunian Kamar pada Kusuma Sahid .
- Hendriyanti, L. (2019). Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata, Volume 17, Nomor 1*, 1. Kotler, . (2012). *Marketing Management*. New York: Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad, A. R. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Reservasi Kamar . *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2* , 1. Pradianingtyas, D. (2015). Analisa Buying Behaviour pada Online Travel Agent AMIK BSI Bandung . *Manfaat Online Travel Agnet*.
- Putra, I. P. (2021). *Pengaruh penjualan kamar melalui online travel agent terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu*. 65.
- Rahadiansyah, C. (2021, Februari 2). *10 PROVINSI DENGAN HOTEL TERBANYAK*. Retrieved from [destinasian.co.id: https://destinasian.co.id/10-provinsi-dengan-hotel-terbanyak/](https://destinasian.co.id/10-provinsi-dengan-hotel-terbanyak/)
- Riduwan, S. (2011). Dasar Statistika. In Riduwan, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis* (p. 229). Bandung: Alfabeta.
- Romindo, d. (2019). E-commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. In d. Romindo, *E-commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (p. 42). Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Sakar, G. A. (2019). Forecasting Hotel Room Sales within Online Travel Agencies by. *ICPRAM 2019 - 8th International Conference on Pattern Recognition Applications and Methods*, 1.
- Setiawan, A. (2018). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) White Hat Menggunakan Metode Link Kontekstual Untuk Meningkatkan Serp di Website Infonasa.com. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika. vol. 6, no. 1*, 26.
- Wong, J. (2010). E-Commerce. In J. Wong, *Internet Marketing For Beginners* (p. 33). Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Yulianti, M. S. (2015). Pengertian Tingkat Hunian Kamar. *Strategi E-Commerce Terhadap*