

Analisis Kontribusi Margin Terhadap Perencanaan Penjualan Studi Kasus ISPI Hotel Cikarang

Fiki Novia Putri¹, Teresa Beata Ntala Gratia², Tri Nurul Hikmah³, Eki Fahrezi⁴
^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received November 20, 2024
Revised November 20, 2024
Accepted November 27, 2024

Kata Kunci:

Pajak Kendaraan Bermotor,
Bea Balik Nama Kendaraan,
Bermotor,
Kebijakan Pemutihan

Keywords:

Motor Vehicle Tax,
Motor Vehicle Title Transfer
Fee,
Whitening Policy

ABSTRAK

Segmentasi bisnis dalam industri perhotelan memegang peran yang sangat krusial dalam menarik customer yang sesuai dengan target pasar, menentukan strategi bisnis yang akan diterapkan, serta menetapkan harga jual yang optimal untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Salah satu faktor kunci dalam proses ini adalah kontribusi margin, yang berfungsi untuk menggambarkan dan membantu mengidentifikasi produk atau layanan yang memberikan kontribusi positif terhadap keuntungan perusahaan. Dengan memahami kontribusi margin, perusahaan dapat lebih fokus pada pengembangan dan pemasaran produk yang lebih efektif dan efisien. Penelitian ini menganalisis dan menjelaskan peran penting kontribusi margin dalam penjualan produk dan strategi bisnis di Ispi Hotel Cikarang, yang merupakan perusahaan penyedia jasa penginapan dan ruang pertemuan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana kontribusi margin mempengaruhi keputusan bisnis dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ispi Hotel. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan panduan bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya mereka dengan lebih baik, serta meningkatkan profitabilitas dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur manajemen strategis dan praktis dalam industri perhotelan.

ABSTRACT

Business segmentation in the hospitality industry plays a crucial role in attracting customers that match the targeted market, determining the business strategies to be implemented, and setting optimal selling prices to achieve maximum profitability. One of the key factors in this process is contribution margin, which serves to illustrate and help identify products or services that provide a positive contribution to the company's profits. By understanding the contribution margin, companies can focus more on effective and efficient product development and marketing. This study analyzes and explains the important role of contribution margin in product sales and business strategies at Ispi Hotel Cikarang, a company that provides lodging and meeting room services. Through this research, it is expected that in-depth insights will be found on how the contribution margin affects business decisions and marketing strategies implemented by Ispi Hotel. Moreover, this research aims to provide guidance for companies in better managing their resources, enhancing profitability, and increasing competitiveness in an increasingly competitive market. Therefore, the findings of this study are expected to significantly contribute to both strategic and practical management literature in the hospitality industry.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Fiki Novia Putri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika,
Jakarta, Indonesia
Email: fikinoviaput98@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan adalah sektor bisnis yang berfokus pada penyediaan layanan akomodasi, makanan dan minuman, serta fasilitas lainnya kepada tamu yang menginap di hotel [1]. Salah satu perusahaan yang beroperasi di sektor ini adalah Ispi Hotel Cikarang, yang berlokasi di Cikarang. Hotel ini mulai beroperasi pada tahun 2015 dan menawarkan berbagai layanan, termasuk penyediaan kamar penginapan, ruang rapat, dan waterpark. Dengan fasilitas yang mencakup 119 kamar penginapan dan 6 ruang rapat, Ispi Hotel Cikarang berupaya memberikan pengalaman terbaik bagi para tamunya. Ispi Hotel Cikarang Festival memiliki taman bermain, Grand Galaxy Park berjarak 18 mil dari hotel, sementara Taman Mini Indonesia Indah berjarak 27 mil. Bandara Internasional Halim Perdanakusuma terletak 27 mil dari properti ini, dan properti ini menawarkan layanan antar-jemput bandara dengan biaya tambahan [2].

Persaingan yang ketat di industri perhotelan mengharuskan Ispi Hotel untuk terus mengembangkan dan menyesuaikan strategi bisnisnya agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis. Dalam konteks ini, margin kontribusi memainkan peran penting dalam menentukan strategi penjualan yang efektif. Melalui analisis margin kontribusi, Ispi Hotel dapat merumuskan kebijakan harga dan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan dan mengoptimalkan operasionalnya. Dengan demikian, perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan terus meningkatkan daya saingnya di industri perhotelan. Margin kontribusi adalah harga pokok dikurangi semua biaya variabel. Total margin kontribusi yang diperoleh mewakili besarnya total pendapatan yang tersedia untuk membayar biaya tetap dan menghasilkan laba [3].

Terdapat dua komponen penting yang digunakan dalam menghitung margin contribution, yakni penjualan bersih atau pendapatan bersih dan juga biaya variabel.

a. Penjualan Bersih

Laba bersih atau penjualan bersih adalah total penjualan dikurangi pengembalian atau potongan. Dengan kata lain, penjualan bersih adalah jumlah penerimaan bersih yang diharapkan perusahaan dari seluruh penjualannya. Pendapatan bersih ini dapat dengan mudah ditemukan di laporan laba rugi perusahaan.[4]

b. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang bertambah seiring dengan peningkatan pendapatan atau operasi. Contoh yang paling mudah dipahami adalah bahan baku. Semakin banyak produk yang diproduksi, semakin banyak bahan baku yang diperlukan.[5]

Dengan kata lain, biaya bahan berubah sesuai dengan tingkat produksi. Jika produksi meningkat, biaya bahan juga akan meningkat. Sebaliknya, jika produksi menurun, biaya bahan juga akan berkurang. Contoh lain dari biaya variabel termasuk biaya pengiriman, biaya tenaga kerja, biaya utilitas, komisi penjualan, dan lain sebagainya. Perlu dicatat bahwa biaya variabel biasanya tidak ditampilkan secara khusus dalam laporan keuangan umum. Beberapa perusahaan membuat laporan pendapatan margin kontribusi yang membedakan biaya variabel dan tetap, tetapi praktik ini tidak umum dilakukan.

Cara menghitung kontribusi margin yaitu dengan menentukan harga produk merupakan landasan untuk menghitung margin kontribusi. Dalam menetapkan harga produk, harus mencakup semua biaya produksi serta keuntungan yang diharapkan per produk. Oleh karena itu, penetapan harga harus dilakukan dengan hati-hati agar perusahaan mencapai keuntungan yang diinginkan dan menghindari kerugian. Selanjutnya tentukan biaya variabel lalu menghitung harga pokok dengan biaya variabel per unit, setelah harga produk ditetapkan dan biaya variabel per unit diketahui, maka contribution margin dapat dihitung dengan mengurangi harga produk dengan biaya variabel per unit. Dari perhitungan ini, akan didapatkan contribution margin atau yang juga dikenal sebagai margin operasional kotor, yaitu jumlah uang per unit produk yang dapat digunakan untuk membayar biaya tetap dan menghasilkan keuntungan.

Dalam kata lain, kontribusi margin mewakili kontribusi langsung dari setiap unit penjualan untuk menutupi biaya variabel dan memberikan kontribusi positif terhadap keuntungan perusahaan. Dalam analisis keuangan, kontribusi margin juga digunakan untuk mengukur efisiensi operasional dan tingkat profitabilitas perusahaan. Pentingnya kontribusi margin sebagai alat analisis perusahaan untuk mengukur performa bisnis, mengidentifikasi area perbaikan, keputusan penetapan harga dan strategi pengurangan biaya. Produk dengan margin yang tinggi akan signifikan dalam menutup biaya tetap dan laba yang dihasilkan. Analisis margin kontribusi membantu perusahaan dalam menentukan harga jual yang tepat untuk mencapai target profitabilitas.

Penelitian ini bertujuan menganalisis kontribusi margin pada Ispi Hotel Cikarang yang mana mengidentifikasi produk dengan margin kontribusi tertinggi yang diharapkan penelitian ini memberikan wawasan kepada perusahaan untuk menentukan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti, melalui analisis data deskriptif dan interpretatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Creswell & Guetterman (2018, hlm. 46) juga menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang membuat penelitiannya sangat tergantung pada informasi dari objek atau partisipan pada ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum, pengumpulan data sebagian besar dari teks atau kata-kata partisipan, dan menjelaskan serta melakukan analisis terhadap teks yang dikumpulkan secara subjektif [6].

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode triangulasi yang mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk memastikan validitas hasil penelitian [7].

Metode wawancara dilakukan dengan Ibu Risma Septiani, Marketing Manager di Ispi Hotel. Melalui wawancara ini, penelitian mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai kontribusi margin dalam strategi pemasaran yang diterapkan di Ispi Hotel, yang kemudian divalidasi dengan hasil observasi di lapangan dan analisis dokumen terkait. Pendekatan ini memberikan pandangan yang lebih mendalam dan terperinci tentang bagaimana kontribusi margin memengaruhi berbagai aspek strategi pemasaran di hotel tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan poin yang akan dilakukan adalah menentukan margin kontribusi per unit yaitu dengan rumus Margin kontribusi per unit = Harga jual produk per unit – Biaya Variabel per unit [8]. Biaya variabel atau variabel cost yaitu biaya yang dikeluarkan sebanyak tingkat produksinya dalam artian kenaikan atau penurunan biaya variabel bergantung pada aktivitas operasional dan perusahaan. Biaya variabel bersifat hanya dibutuhkan ketika proses penjualan berjalan, artinya ketika tidak ada proses penjualan maka biaya variabel juga tidak dikeluarkan [9].

Dalam konteks penjualan kamar hotel, terdapat beberapa komponen biaya variabel yang harus diperhatikan. Biaya-biaya variabel ini meliputi biaya utilitas seperti listrik dan air yang diperlukan untuk memastikan kamar tetap nyaman dan siap digunakan oleh tamu. Selain itu, terdapat biaya guest amenities yang mencakup berbagai perlengkapan seperti sabun, sampo, handuk, dan kebutuhan dasar lainnya yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan tamu selama mereka menginap. Biaya tenaga kerja juga merupakan komponen penting dari biaya variabel, yang mencakup gaji staf housekeeping yang bertugas untuk membersihkan dan merapikan kamar, serta memberikan layanan kepada tamu. Selain itu, biaya laundry juga termasuk dalam kategori biaya variabel, karena hotel perlu mengeluarkan biaya untuk mencuci linen, seprai, dan pakaian tamu. Biaya listrik juga tidak kalah penting, karena diperlukan untuk penerangan, pengoperasian peralatan listrik, dan sistem pendingin atau pemanas ruangan di setiap kamar. Semua biaya ini dapat berfluktuasi sesuai dengan tingkat hunian hotel dan jumlah kamar yang terjual. Oleh karena itu, pengelolaan biaya variabel yang efektif sangat penting untuk memastikan operasional hotel yang efisien dan mengoptimalkan profitabilitas.

Dengan mengidentifikasi dan mengelola biaya variabel ini secara tepat, hotel dapat meningkatkan margin kontribusi dan mendukung tujuan keuangan jangka panjang mereka. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang komponen-komponen biaya variabel ini dapat membantu manajemen hotel dalam merencanakan strategi penetapan harga yang kompetitif dan pelayanan yang berkualitas tinggi, sehingga dapat menarik lebih banyak tamu dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Pendapatan penjualan per tipe kamar-biaya variabel per kamar

Produk	Harga Jual (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Margin kontribusi (Rp)	Volume Penjualan	Total Kontribusi Margin(Rp)
Standard	334,950	116,100	218,850	51	11,161,350
Superior	409,950	119,100	290,850	18	5,235,300
Delux	484,950	124,100	360,850	10	3,608,500

Berdasarkan data dalam tabel yang disajikan, terlihat bahwa tipe kamar Standard, meskipun memiliki margin kontribusi per unit yang lebih kecil dibandingkan tipe kamar Superior dan Deluxe, namun volume penjualannya jauh lebih besar. Dengan margin kontribusi sebesar Rp218.850 per kamar dan volume penjualan mencapai 51 kamar, total kontribusi margin yang dihasilkan dari tipe kamar Standard adalah Rp11.161.350. Sebaliknya, tipe kamar Superior dan Deluxe, meskipun memiliki margin kontribusi per unit yang lebih tinggi, masing-masing sebesar Rp290.850 dan Rp360.850, namun volume penjualannya lebih rendah, dengan 18 kamar untuk Superior dan 10 kamar untuk Deluxe. Hal ini menghasilkan total kontribusi margin sebesar Rp5.235.300 untuk tipe kamar Superior dan Rp3.608.500 untuk tipe kamar Deluxe.

Analisis ini menunjukkan bahwa tipe kamar Standard memberikan kontribusi lebih tinggi terhadap profitabilitas perusahaan secara keseluruhan karena volume penjualannya yang jauh lebih besar. Preferensi pelanggan yang cenderung memilih kamar dengan harga lebih terjangkau dan kualitas yang baik mempengaruhi hasil ini. Oleh karena itu, strategi penjualan untuk tipe kamar Standard dapat lebih difokuskan dan diefisienkan untuk mengoptimalkan profitabilitas perusahaan. Selanjutnya, dengan memahami nilai kontribusi margin dari masing-masing tipe kamar, Ispi Hotel dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Misalnya, hotel dapat memanfaatkan informasi ini untuk menawarkan promosi khusus, menyesuaikan harga pada periode-periode tertentu, atau meningkatkan layanan tambahan yang menarik bagi pelanggan. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas secara keseluruhan dan mempertahankan daya saing di pasar industri perhotelan yang semakin kompetitif.

Berikut beberapa cara yang dapat dilakukan oleh Ispi Hotel Cikarang untuk merencanakan langkah-langkah selanjutnya:

1. **Mementukan Harga Jual:** berdasarkan hasil kontribusi margin Ispi Hotel dapat menentukan harga jual dan mengoptimalkan penjualan kamar tipe Standard dikarenakan tipe kamar tersebut lebih banyak diminati dan diboooking oleh pelanggan sehingga volume penjualan sangat tinggi dibandingkan tipe kamar yang lainnya. Dengan melihat margin dan volume penjualan serta minat pelanggan Ispi Hotel juga dapat menaikkan harga untuk hari-hari besar seperti, Hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Idul Adha, Hari Natal dan Tahun Baru.
2. **Analisis Pasar dan Persaingan:** Berdasarkan data yang telah dikumpulkan mengenai kompetitor hotel di sekitar lokasi Ispi Hotel, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasarannya untuk lebih efektif bersaing di pasar. Perusahaan bisa menerapkan berbagai strategi, seperti menawarkan promo-promo menarik setiap bulannya yang dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, Ispi Hotel dapat memanfaatkan analisis kompetitor untuk memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, sehingga bisa menyesuaikan layanan dan penawaran yang lebih unggul. Dengan demikian, hotel dapat mengidentifikasi peluang untuk membedakan diri dari kompetitor dan menciptakan nilai tambah yang unik bagi pelanggan. Melalui pendekatan ini, Ispi Hotel dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik segmen pasar baru, memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di industri perhotelan yang kompetitif.

3. Peningkatan Kualitas Pelayanan: Meningkatkan kualitas pelayanan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap penjualan kamar. Layanan yang unggul tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan saat menginap, tetapi juga mendorong mereka untuk kembali memesan kamar di masa mendatang. Dengan memberikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi, hotel dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menciptakan pengalaman positif yang berkesan. Pelanggan yang puas lebih cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan hotel kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak tamu baru. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam memastikan keberlanjutan bisnis dan mempertahankan daya saing di industri perhotelan yang semakin kompetitif.
4. Optimalisasi Biaya: Mengelola biaya operasional dengan efisien sangat penting untuk menjaga kesehatan finansial hotel. Dalam upaya untuk menekan pengeluaran, hotel harus secara rutin melakukan evaluasi terhadap biaya variabel yang dikeluarkan per unit kamar. Evaluasi ini mencakup analisis rinci terhadap penggunaan bahan baku, tenaga kerja langsung, dan beban operasional lainnya. Misalnya, efisiensi di area tenaga kerja langsung dapat dicapai dengan menyusun jadwal kerja yang optimal dan mengurangi lembur yang tidak perlu. Selain itu, pengawasan terhadap penggunaan utilitas seperti listrik dan air juga dapat membantu mengidentifikasi dan mengurangi pemborosan. Melalui optimalisasi biaya ini, hotel dapat menekan pengeluaran yang tidak perlu, meningkatkan profitabilitas, dan memastikan penggunaan sumber daya yang lebih efektif. Pendekatan ini sangat penting dalam menjaga daya saing hotel di pasar yang semakin kompetitif serta memastikan kelangsungan operasional yang berkelanjutan. Dengan demikian, optimalisasi biaya bukan hanya tentang pemotongan pengeluaran, tetapi juga tentang peningkatan efisiensi operasional secara keseluruhan, yang pada akhirnya akan mendukung keberhasilan jangka panjang hotel.
5. Evaluasi Berkala: Melakukan evaluasi berkala sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya operasional. Dengan melakukan evaluasi secara teratur, perusahaan dapat menemukan strategi pemasaran yang lebih fleksibel dan sesuai dengan permintaan pasar, sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Evaluasi ini juga melibatkan analisis menyeluruh terhadap biaya yang dapat dikurangi setiap bulan, termasuk biaya variabel dan tetap. Dengan meninjau kinerja operasional dan pemasaran secara berkala, perusahaan dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk mengoptimalkan efisiensi dan efektivitas. Selain itu, evaluasi berkala juga membantu perusahaan mengantisipasi perubahan pasar dan menyesuaikan strategi bisnis agar tetap relevan dan kompetitif. Dengan cara ini, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap langkah yang diambil berkontribusi pada pencapaian tujuan keuangan jangka panjang serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Sales Manajer Ispi Hotel, terungkap bahwa hotel ini sering memberikan berbagai promo untuk menarik lebih banyak pelanggan, seperti sarapan gratis dan akses waterpark untuk empat orang. Selain itu, perusahaan secara rutin melakukan evaluasi margin untuk menyesuaikan tipe kamar yang ditawarkan dengan minat dan pangsa pasar yang besar, demi meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian

ini menunjukkan bahwa kontribusi margin memiliki dampak signifikan terhadap volume penjualan dan oleh karena itu, dapat digunakan sebagai referensi untuk perencanaan strategi dan analisis keuangan. Kontribusi margin ini juga berfungsi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang berkelanjutan, yang pada gilirannya mendukung daya saing dan profitabilitas yang telah ditargetkan oleh perusahaan. Dengan demikian, memahami dan memanfaatkan kontribusi margin dengan tepat dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan keuangan dan operasional jangka panjang [10].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Ispi Hotel Cikarang, dapat disimpulkan bahwa kontribusi margin memegang peran krusial dalam menentukan strategi pemasaran serta segmentasi pasar yang dituju oleh perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa tipe kamar dengan margin rendah namun volume penjualan tinggi memberikan kontribusi profit yang lebih besar bagi perusahaan dibandingkan dengan tipe kamar yang memiliki margin tinggi tetapi volume penjualan lebih rendah. Ini berarti bahwa tipe kamar dengan margin rendah berperan lebih besar dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Lebih lanjut, hal ini juga menunjukkan bahwa preferensi pasar cenderung mengutamakan harga yang lebih terjangkau dengan kualitas layanan yang baik. Artinya, konsumen lebih memilih untuk mendapatkan nilai yang optimal dari segi biaya dan kualitas, yang pada akhirnya mendorong perusahaan untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pasar. Dengan demikian, pemahaman mendalam mengenai kontribusi margin dapat membantu perusahaan dalam merumuskan kebijakan harga dan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Penelitian ini menganalisis bahwa perusahaan perlu tetap memfokuskan upaya penjualannya pada tipe kamar dengan margin besar, seperti tipe kamar Superior dan Delux. Hal ini bertujuan untuk menstabilkan keragaman minat konsumen dan revenue yang dihasilkan, serta untuk melakukan analisis mendalam mengenai risiko dan minat pasar yang berdampak pada keberlangsungan bisnis jangka panjang. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa dalam menghadapi pasar yang dinamis, Ispi Hotel harus terus mengikuti perkembangan zaman dan menyesuaikan strategi mereka dengan perubahan pasar. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk secara berkelanjutan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga mereka merasa puas dan terdorong untuk memberikan ulasan positif. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan pelanggan yang ada tetapi juga menarik calon pelanggan baru, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis hotel dalam jangka panjang.

Evaluasi rutin sangat penting dilakukan setiap bulannya untuk mengoptimalkan biaya-biaya yang bisa dikurangi sehingga beban operasional tidak menjadi terlalu besar. Dalam upaya untuk mengelola biaya operasional secara efektif, hotel perlu mengidentifikasi dan mengkategorikan setiap pengeluaran dengan benar. Misalnya, jumlah kamar yang terjual dapat digunakan sebagai dasar untuk menghitung biaya energi dan biaya housekeeping, serta mengalokasikan anggaran untuk area perbaikan yang diperlukan. Dengan adanya identifikasi ini, hotel dapat lebih fokus dalam menerapkan strategi pengelolaan biaya yang lebih efisien. Selain itu, implementasi strategi pemasaran yang baik dan efisien akan memberikan keuntungan yang optimal bagi hotel. Hal ini memungkinkan bisnis untuk terus berjalan dengan

baik dan memiliki daya saing di pasar industri perhotelan yang sangat dinamis. Oleh karena itu, hotel harus terus melakukan penilaian dan penyesuaian terhadap strategi pemasaran mereka berdasarkan tren pasar dan kebutuhan pelanggan. Dengan pendekatan ini, hotel dapat memastikan bahwa mereka tidak hanya mampu menarik lebih banyak tamu tetapi juga mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Kombinasi antara pengelolaan biaya operasional yang efektif dan strategi pemasaran yang efisien akan membantu hotel mencapai tingkat profitabilitas yang diinginkan serta tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang.

REFERENSI

- [1] M. Astuty, "Pengertian Industri Perhotelan: Menjelajahi Dunia Layanan Hotel." [Online]. Available: <https://hotel.or.id/pengertian-industri-perhotelan/>
- [2] Booking.com, "Ispi Hotel Cikarang Festival." Accessed: Nov. 09, 2024. [Online]. Available: <https://www.booking.com/hotel/id/ispicikarang-festival.html?msockid=3135cd0775b8670419badde171b8618d>
- [3] V. K. M. Putri, "Margin Kontribusi: Pengertian dan Cara Menghitungnya." Accessed: Aug. 26, 2023. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/08/26/110000669/margin-kontribusi--pengertian-dan-cara-menghitungnya>
- [4] Accurate, "Margin Kontribusi: Pengertian, dan Cara Menghitung Margin Kontribusi." Accessed: Apr. 29, 2021. [Online]. Available: <https://accurate.id/bisnis-ukm/margin-kontribusi/>
- [5] PINTERPandai, "Margin Kontribusi(Contribution margin)| Rumus, Contoh Soal dan Jawaban." Accessed: Sep. 22, 2020. [Online]. Available: <https://www.pinterpandai.com/margin-kontribusi-contribution-margin-rumus-contoh-soal-jawaban/>
- [6] G. Thabroni, "Pengertian Metode Penelitian Kualitatif." Accessed: Feb. 07, 2021. [Online]. Available: <https://serupa.id/metode-penelitian-kualitatif/#:~:text=Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan cara%2C,umum yang holistik mengenai suatu hal yang diteliti>
- [7] Prof. DR. H. M. Rahardjo M.Si, "Tringulasi dalam Penelitian Kualitatif." Accessed: Oct. 15, 2015. [Online]. Available: <https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>
- [8] K. S. Hidayat, "Margin Kontribusi: Pengertian dan Cara Menghitungnya." Accessed: Sep. 18, 2024. [Online]. Available: <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-margin-kontribusi-sebagai-alat-analisis-keuangan/>
- [9] Sampoerna University, "Pengertian Biaya Variabel: Jenis, Contoh, dan Perbedaan." Accessed: Feb. 05, 2024. [Online]. Available: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/biaya-variabel-adalah/>
- [10] A. Pramudya, "Analisis Margin Kontribusi: Definisi, Manfaat, dan Implementasi dalam Bisnis." Accessed: Aug. 27, 2024. [Online]. Available: <https://www.jurnal.id/id/blog/contribution-margin-analysis/>