

EFEKTIVITAS PENERAPAN SISTEM *E-COMMERCE* SEBAGAI PENDUKUNG BANGKITNYA DUNIA PERHOTELAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 GUNA MENDUKUNG PENINGKATAN PENJUALAN KAMAR DI THE RICH JOGJA HOTEL

Frizky Pridaningrum¹, Arnes Anandita², Wahyu Ari Indriastuti³

¹Akademi Pariwisata Mandala Bhakti Surakarta

²Akademi Pariwisata Mandala Bhakti Surakarta

³Akademi Pariwisata Mandala Bhakti Surakarta

Frizkyp111@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai efektivitas penerapan sistem *e-commerce* pada saat pandemi Covid-19 di The Rich Jogja Hotel. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara dan melakukan pengamatan secara langsung mengenai efektivitas penerapan sistem *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19 guna mendukung peningkatan penjualan kamar di The Rich Jogja Hotel. Dari hasil pembahasan penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan sistem *e-commerce* pada saat Covid-19 mampu untuk membantu peningkatan penjualan kamar di The Rich Jogja Hotel selama masa pandemi Covid-19, yang menyatakan 70% *occupancy* hotel berasal dari *e-commerce*.

Kata Kunci: *E-commerce*, Penjualan Kamar, Pandemi Covid-19

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam peningkatan ekonomi Indonesia saat ini karena pariwisata Indonesia dianggap sebagai sektor yang menguntungkan dan sangat berpotensi untuk

dikembangkan sebagai salah satu aset yang menghasilkan bagi bangsa dan negara. Hal ini yang membuat pemerintah mengadakan penambahan sarana prasarana pariwisata seperti transportasi, akomodasi dan kuliner. Akomodasi adalah suatu tempat penginapan yang dilengkapi pelayanan lainnya seperti layanan makan dan minum (SK Menteri Pariwisata No.37/PW.304/MPT/86). Salah satu contoh akomodasi adalah hotel. Industri perhotelan adalah salah satu industri yang

berperan penting dalam perkembangan ekonomi dan pariwisata di Indonesia.

Pengertian hotel menurut Lawson (1995) dalam bukunya *Hotel and Resort Planning and Design*, hotel adalah bangunan yang menawarkan para wisatawan dengan dua pelayanan dasar berupa akomodasi (fasilitas penginapan) dan layanan makanan dan minuman. Sedangkan menurut Sihite (2000), dalam bukunya yang berjudul *Hotel Management (Pengelolaan Hotel)*, hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan serta memperoleh makanan dan minuman.

Seiring dikembangkannya pariwisata di Indonesia, teknologi tidak kalah dikembangkan pula untuk mendukung pengembangan pariwisata secara virtual. Pengembangan teknologi dalam bagian pariwisata salah satunya adalah pada pengembangan teknologi akomodasi dan informasi melalui jaringan internet. Di era *digital* pada saat ini, peranan sistem *e-commerce* menjadi salah satu media yang paling menguntungkan pada usaha pariwisata.

Rofiq (2007) menjelaskan bahwa aktivitas *e-commerce* adalah hubungan antara penjual dan pembeli, transaksi antar pelaku bisnis, dan proses internal yang mendukung transaksi dengan perusahaan. Menurut McLeod (2008), perdagangan elektronik atau

yang disebut juga *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis.

Semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis perhotelan mendorong setiap perusahaan dengan berbagai cara agar dapat menawarkan berbagai keunggulan kepada konsumen potensialnya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan adalah dengan memprioritaskan efektivitas dalam penerapan sistem teknologi.

Menurut Pekei (2016), efektivitas adalah hubungan antara *output* dan tujuan atau ukuran seberapa jauh tingkat *output*, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Hidayat (1986) menjelaskan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai, dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.

Industri perhotelan merupakan industri yang tidak ada batasannya. Namun beberapa waktu ini, banyak negara yang ada di dunia terdampak pandemi *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* yang menjadikan dunia perhotelan mengalami *low occupancy*. Tekanan pada industri perhotelan sangat terlihat pada penurunan yang besar dari kedatangan wisatawan mancanegara dengan pembatalan besar-besaran dan penurunan pemesanan.

Menurut Kemenkes RI (2020a), *coronavirus* (CoV) adalah keluarga besar virus yang dapat menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan, sedang sampai berat. Virus corona adalah *zoonosis* (ditularkan antara hewan dan manusia). Menurut Kemenkes RI (2020b), penyakit *coronavirus disease* 2019 (Covid-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Mayoritas orang yang terinfeksi virus Covid-19 akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus.

Pada masa pandemi Covid-19, penggunaan *e-commerce* merupakan suatu kegiatan yang paling aman saat memesan hotel maupun transportasi. *E-commerce* juga menjadi peluang untuk meningkatkan angka penjualan kamar hotel dan mengantisipasi penularan virus Covid-19 secara langsung.

Menurut Wiyasha (2010), penjualan kamar adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak hotel dengan menyediakan jasa kamar untuk disewa oleh konsumen. Menurut Ikhsan (2008), kegiatan penjualan jasa kamar yaitu kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik penjualan secara tunai maupun secara kredit.

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas dan mengangkat judul “Efektivitas Penerapan Sistem *E-commerce* sebagai Pendukung Bangkitnya Dunia

Perhotelan pada Masa Pandemi Covid-19 guna Mendukung Peningkatan Penjualan Kamar di The Rich Jogja Hotel”.

2. LANDASAN TEORI

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan. Orang tersebut mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Sulastiyono, 2011).

Menurut Mardiasmo (2017), efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Pengertian efektivitas menurut peneliti adalah tingkat keberhasilan atau tidaknya suatu usaha untuk mencapai tujuan tertentu sehingga menghasilkan efek dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuannya.

Menurut McLeod (2008), *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis.

Infeksi virus corona yang disebut Covid-19 pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan menyebar ke hampir semua negara termasuk Indonesia hanya dalam waktu beberapa bulan. Menyebarnya virus Covid-19 membuat beberapa negara memberlakukan

kebijakan *lockdown* untuk mencegah virus Covid-19 makin meluas. Di Indonesia, pemerintah menerapkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menekan penyebaran virus ini.

Menurut Ikhsan (2008), kegiatan penjualan jasa kamar terdiri atas penjualan barang atau jasa baik secara tunai dan kredit. Dalam transaksi penjualan secara tunai, barang atau jasa diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli jika perusahaan telah menerima pembayaran dari pembeli. Kegiatan penjualan secara tunai ini ditangani oleh perusahaan melalui sistem penjualan tunai.

Menurut Kotler and Amstrong (2009), penjualan kamar didefinisikan sebagai suatu proses menaruh harapan dan melakukan suatu kualifikasi terhadap pelanggan potensial. Proses pendekatan awal yang dilakukan lebih intensif untuk memberikan pengenalan dari presentasi dan demonstrasi suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan menurut Wiyasha (2010), penjualan kamar adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak hotel dengan menyediakan jasa kamar untuk disewa oleh konsumen.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian

karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Peneliti telah melakukan penelitian dengan wawancara, observasi dan dokumentasi pada *Front Office Manager* dan staf yang menangani langsung *e-commerce* di The Rich Jogja Hotel.

3.2. Metode Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1992), analisis dibagi menjadi beberapa tahap yaitu sebagai berikut.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap penyederhanaan data sesuai dengan kebutuhan agar mudah mendapatkan informasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk menampilkan data yang sudah direduksi ke dalam bentuk grafik, *chart*, dan lainnya.

3. Penarikan Kesimpulan atau *Conclusion Drawing*

Penarikan kesimpulan adalah informasi yang diperoleh dari data yang sudah disusun dan dikelompokkan yang kemudian

disajikan menggunakan teknik tertentu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Efektivitas Penerapan Sistem *E-commerce*

E-commerce adalah bagian dari suatu hotel yang mengurus aktivitas jual beli melalui media sosial. Aktivitas tersebut yaitu memberikan standar harga kamar sesuai dengan periode *high season* maupun *low season*.

Penjualan kamar di The Rich Jogja Hotel menggunakan sistem *e-commerce* merupakan cara yang efektif. Penyebaran informasi melalui *e-commerce* lebih cepat diterima oleh masyarakat karena selama pandemi ini masyarakat lebih mudah mengenal *e-commerce*, seperti *Online Travel Agent* (OTA) dan *website* hotel untuk melakukan reservasi kamar hotel. Penggunaan *e-commerce* di hotel juga lebih hemat biaya promosi, waktu, dan tenaga. Sistem dari *e-commerce* juga mudah untuk diatur (*manage*) sewaktu-waktu, kapanpun, dan dimanapun.

4.2 Peningkatan Penjualan Kamar Hotel pada Masa Pandemi 19 melalui *E-Commerce*

Penerapan *e-commerce* menjadi sasaran utama industri perhotelan untuk memulihkan lagi penjualan kamar hotel yang sempat mengalami *low occupancy* pada awal pandemi Covid-19 tahun

2020. Walaupun penggunaan *e-commerce* pada saat ini belum bisa mencapai target yang ditetapkan oleh manajemen, akan tetapi *e-commerce* cukup membantu untuk meningkatkan penjualan kamar di The Rich Jogja Hotel karena 70% *occupancy* di The Rich Jogja Hotel pada masa pandemi Covid-19 berasal dari *e-commerce*.

Untuk meningkatkan penjualan kamar, The Rich Jogja Hotel juga mengatur strategi dalam mempromosikan harga kamar. Hal ini dilakukan agar dapat bersaing dengan hotel lain dan mampu mencapai tujuan bersama dan target penjualan kamar. Berikut merupakan strategi promosi yang dilakukan oleh The Rich Hotel.

- a. Meningkatkan aktifitas Sumber Daya Manusia (SDM).
- b. Mengetahui kelemahan internal dari pesaing.
- c. Mengelola keunggulan produk.
- d. Mengadakan promosi harga kamar saat *low occupancy*, seperti harga kamar *include* dengan *breakfast* dan *dinner*, harga kamar sudah *free drop* ke bandara, harga kamar sudah *free city tour*, dll.
- e. Bekerja sama dengan *marketing* untuk menjual kamar. Contohnya yaitu paket *wedding include* dengan kamar pengantin selama

satu malam ditipe *corner suite* dan *breakfast*.

The Rich Jogja Hotel menerima hasil reservasi dari *marketing*, *walk in guest* (WIG), dan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* juga sangat membantu selama pandemi Covid-19 untuk meningkatkan penjualan kamar karena lebih aman dari penularan Covid-19 dan lebih efektif. Selama pandemi Covid-19, The Rich Jogja Hotel juga telah menerapkan protokoler kesehatan yang ketat dan telah mendapatkan sertifikat *Clean, Healthy, Safety and Environment* (CHSE). Tamu hotel secara tidak langsung sudah terjamin kesehatan, nyaman, dan keamanan dari risiko penularan Covid-19 selama menginap di The Rich Jogja Hotel.

4.3 Manfaat *E-Commerce* pada Masa Pandemi Covid-19

Penggunaan sistem *e-commerce* di The Rich Jogja Hotel sangat bermanfaat untuk meningkatkan penjualan kamar. Penggunaan sistem *e-commerce* juga cukup mudah dan simpel, seperti membuat reservasi dari OTA/ *website*, mengatur harga dan jumlah kamar yang akan dijual di *e-commerce*, serta menarik hasil penjualan kamar dalam satu hari.

Penggunaan *e-commerce* saat pandemi Covid-19 juga memiliki banyak manfaat untuk hotel maupun

untuk masyarakat. Manfaat tersebut diantaranya:

a. Bagi Hotel

- 1) Mampu meningkatkan penjualan kamar saat pandemi Covid-19.
- 2) Lebih menghemat waktu, tenaga, dan biaya karena dapat di-*manage* dari hotel maupun dari rumah.
- 3) Jangkauan promosi ke *costumer* lebih luas (global) sehingga The Rich Jogja Hotel mudah diketahui oleh masyarakat.

b. Bagi Masyarakat

- 1) Harga yang ditawarkan lebih murah daripada mendatangi hotel secara langsung.
- 2) Tidak melakukan kontak fisik dengan staf hotel.
- 3) Terdapat jaminan *refund* apabila pesanan dibatalkan.
- 4) Masyarakat mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas di *e-commerce*.

Penggunaan *e-commerce* selama Covid-19 tidak memiliki hambatan, sistem selalu stabil dan tidak pernah terjadi *down*. Apabila terjadi hambatan, itu adalah hambatan dari luar sistem, seperti tidak ada tamu yang melakukan reservasi.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian ini diantaranya:

1. Penerapan sistem *e-commerce* merupakan cara yang efektif digunakan di The Rich Jogja Hotel selama pandemi Covid-19. Penggunaan *e-commerce* lebih menghemat waktu dan biaya promosi untuk hotel karena kamar ditawarkan melalui sistem. Sedangkan bagi tamu, melakukan pemesanan hotel melalui *e-commerce* juga memiliki banyak keuntungan, seperti mencegah penularan Covid-19, harga yang ditawarkan lebih murah daripada mendatangi hotel secara langsung, dan pemesanannya bisa dilakukan dimana saja.
2. Penerapan sistem *e-commerce* mampu membantu meningkatkan penjualan kamar pada masa pandemi Covid-19, selama pandemi Covid-19 ini 70% *occupancy* hotel berasal dari *e-commerce*. Hotel mengalami peningkatan penjualan kamar melalui *e-commerce* terutama pada saat *weekend* dan *long weekend*, sedangkan pada saat *weekday* *e-commerce* dijual menggunakan harga promo. Meskipun *e-commerce* belum mampu mencapai target yang ditetapkan oleh manajemen, akan tetapi penggunaan *e-commerce* selama pandemi Covid-19 merupakan

pilihan utama untuk meningkatkan penjualan kamar.

3. Pada saat pandemi Covid-19 *e-commerce* memiliki banyak manfaat, seperti:
 - a) Harga lebih murah (banyak promo).
 - b) Tamu dan staf hotel tidak perlu melakukan kontak fisik.
 - c) Lebih mudah *manage* waktu penjualan *e-commerce*.
 - d) Jangkauan penjualan lebih luas (global) sehingga The Rich Jogja Hotel lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

E-commerce sangat membantu masyarakat terutama pada saat pandemi Covid-19. Sistemnya yang bersifat *user friendly* memudahkan masyarakat untuk menggunakannya. Bagi hotel, penggunaan *e-commerce* hampir tidak pernah mengalami *error system* dan sistemnya selalu stabil. Ketika terjadi hambatan sistem *e-commerce* pada saat pandemi Covid-19 merupakan hambatan dari luar seperti tidak ada tamu yang reservasi dan terjadinya gangguan dari kelistrikan pada hotel.

6. REFERENSI

- Amstrong, G. and Kotler, P. 2009. *Marketing an Introduction Ninth Edition*. New Jersey: Pearson Education International.
- Hidayat. 1986. *Teori Efektifitas dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Ikhsan, Arfan. 2008. *Akuntansi Sumber Daya Manusia Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kemenkes RI. 2020a. *Jaga Diri dan Keluarga Anda dari Virus Corona Covid-19*, www.kemkes.go.id, tanggal akses 4 Maret 2020.
- Kemenkes RI. 2020b. *Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus Disease Covid-19 Revisi 5*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Lawson, Fred. 1995. *Hotel, Motel, and Condominium Design Planning and Maintenance*. London: Architectural Press Ltd.
- Mardiasmo. 2017. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- McLeod, Pearson. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Pekel, Beni. 2016. *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta Pusat: Taushia.
- Rofiq, Ainur. 2007. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sihite, Richard. 2000. *Hotel Management (Pengelolaan Hotel)*. Surabaya: Penerbit Sic.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, CV* Alfabeta: Bandung.
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Wiyasha, I.B.M. 2010. *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset