

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GRAFIK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pengenalan Hotel	10
2.1.2. Pasar Hotel dan Kompetisi Pasar	17
2.1.3. Segmentasi Pasar (<i>Segmentation</i>)	20
2.1.4. Penetapan Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>)	24
2.1.5. Posisi Produk (<i>Positioning</i>)	27
2.1.6. <i>Online Travel Agent</i> (OTA)	28
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Penulisan	35
2.4. Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1. Bentuk, Strategi dan Kerangka Pemikiran	37
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.3. Objek Studi Kasus	39
3.4. Metode/Cara Pelaksanaan Penelitian	44
3.5. Objek Penelitian	46
3.6. Subjek Penelitian	46
3.7. Metode Pengumpulan Data	47
3.8. Instrumen Penelitian	48
3.9. Keabsahan Data	49
3.10. Teknik Analisis Data	49
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	51

4.1.	Gambaran Umum Pasar Hotel di Jakarta	51
4.2.	Gambaran Umum Segmen OTA dalam Pasar Hotel di Jakarta ..	57
4.3.	Gambaran Umum Objek Studi Penelitian	57
4.3.1.	All Sedayu Kelapa Gading	57
4.3.2.	Hotel Yello dan Harris Vertu Hayam Wuruk	69
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	87
5.1.	Fenomena Pengaruh OTA terhadap Pasar <i>Real Estate</i> Hotel	87
5.2.	Studi Kasus Hotel Bintang 3 : Yello Hayam Wuruk	96
5.3.	Studi Kasus Hotel Bintang 4 : All Sedayu Kelapa Gading	109
5.4.	Studi Kasus Hotel Bintang 5 : Harris Vertu Hayam Wuruk	124
BAB VI	PENUTUP	139
6.1.	Kesimpulan	139
6.2.	Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Tampilan <i>website</i> OTA Traveloka untuk pemesanan hotel secara <i>online</i>	7
Gambar 2.1.	Diagram kerangka penulisan dan penyusunan	35
Gambar 3.1.	Kerangka diagram pemikiran dan penelitian	37
Gambar 3.2.	<i>Rating</i> All Sedayu Kelapa Gading dari agoda.com	40
Gambar 3.3.	<i>Rating</i> All Sedayu Kelapa Gading dari booking.com	40
Gambar 3.4.	<i>Rating</i> All Sedayu Kelapa Gading dari tripadvisor.com	40
Gambar 3.5.	<i>Rating</i> All Sedayu Kelapa Gading dari traveloka.com	40
Gambar 3.6.	Gambar <i>supply</i> hotel di Jakarta	41
Gambar 3.7.	Posisi Harmoni terhadap pusat kegiatan sekitar	41
Gambar 3.8.	Harmoni abad ke 18 dan saat ini 2019	41
Gambar 3.9.	Pemetaan hotel di Harmoni dan sekitarnya	42
Gambar 3.10.	Peta <i>cluster</i> hotel terhadap properti di sekitar Harmoni	42
Gambar 3.11.	Peta hasil analisis pergerakan perkembangan hotel	42
Gambar 3.12.	<i>Rating</i> Hotel Vertu Harmoni dari agoda.com	43
Gambar 3.13.	<i>Rating</i> Hotel Vertu Harmoni dari booking.com	43
Gambar 3.14.	<i>Rating</i> Hotel Vertu Harmoni dari tripadvisor.com	44
Gambar 3.15.	<i>Rating</i> Hotel Vertu Harmoni dari traveloka.com	44
Gambar 3.16.	<i>Rating</i> Hotel Yello Harmoni dari agoda.com	44
Gambar 3.17.	<i>Rating</i> Hotel Yello Harmoni dari booking.com	44
Gambar 3.18.	<i>Rating</i> Hotel Yello Harmoni dari tripadvisor.com	44
Gambar 3.19.	<i>Rating</i> Hotel Yello Harmoni dari traveloka.com	44
Gambar 4.1.	Distribusi <i>supply</i> hotel di Jakarta	53
Gambar 4.2.	<i>Highlights</i> hotel di Indonesia akhir tahun 2018	54
Gambar 4.3.	<i>Highlights</i> hotel di Jakarta akhir tahun 2018	56
Gambar 4.4.	Lokasi All Sedayu Kelapa Gading	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar <i>ranking</i> aplikasi dan <i>website</i> yang sering digunakan konsumen di Indonesia	5
Tabel 2.1.	Tabel klasifikasi bintang hotel dan persyaratan	12
Tabel 2.2.	Tabel penelitian terdahulu mengenai OTA dan pasar hotel	34
Tabel 3.1.	Tabel kegiatan dan jadwal penelitian	39
Tabel 3.2.	Tabel <i>rating</i> terhadap objek studi	39
Tabel 3.3.	Tabel narasumber, metode dan pertanyaan inti	48
Tabel 4.1.	<i>Pipeline</i> hotel mewah standar internasional	52
Tabel 4.2.	Ringkasan hasil penelitian hotel di Indonesia	55
Tabel 4.3.	Tabel tipe kamar hotel All Sedayu	59
Tabel 4.4.	Tamu domestik dan luar negeri All Sedayu 2017	60
Tabel 4.5.	Tamu domestik dan luar negeri All Sedayu 2018	61
Tabel 4.6.	Tamu domestik dan luar negeri All Sedayu Jan-Okt 2019	62
Tabel 4.7.	Segmentasi pasar All Sedayu 2013	64
Tabel 4.8.	Segmentasi pasar All Sedayu 2014	64
Tabel 4.9.	Segmentasi pasar All Sedayu 2015	65
Tabel 4.10.	Segmentasi pasar All Sedayu 2016	66
Tabel 4.11.	Segmentasi pasar All Sedayu 2017	66
Tabel 4.12.	Segmentasi per OTA All Sedayu 2017	67
Tabel 4.13.	Segmentasi pasar All Sedayu 2018	67
Tabel 4.14.	Segmentasi per OTA All Sedayu 2018	67
Tabel 4.15.	Segmentasi pasar All Sedayu Jan-Okt 2019	68
Tabel 4.16.	Segmentasi per OTA All Sedayu Jan-Okt 2019	68
Tabel 4.17.	RNS Yello terhadap tamu domestik dan luar negeri 2018-2019.....	72
Tabel 4.18.	Segmen pasar Yello dan sumber reservasi YTD 2016	74
Tabel 4.19.	Segmen pasar Yello dan sumber reservasi YTD 2017	75
Tabel 4.20.	Segmen pasar Yello dan sumber reservasi YTD 2018	76
Tabel 4.21.	Segmen pasar Yello dan sumber reservasi Jan-Okt 2018	77
Tabel 4.22.	Segmen pasar Yello dan sumber reservasi Jan-Okt 2019	78

Tabel 4.23.	RNS Harris Vertu terhadap tamu domestik dan luar negeri 2018-2019	80
Tabel 4.24.	Segmen pasar Harris Vertu dan sumber reservasi 2017	81
Tabel 4.25.	Segmen pasar Harris Vertu dan sumber reservasi 2018	82
Tabel 4.26.	Segmen pasar Harris Vertu dan sumber reservasi Jan-Okt 2018	84
Tabel 4.27.	Segmen pasar Harris Vertu dan sumber reservasi Jan-Okt 2019	85
Tabel 5.1.	<i>Top 5</i> tamu domestik dan luar negeri hotel Yello MTD periode 2018-2019	96
Tabel 5.2.	Pasar hotel Yello MTD periode 2018-2019	99
Tabel 5.3.	Pasar hotel Yello berdasarkan kategori segmentasi YTD periode 2016-2019	101
Tabel 5.4.	Pasar hotel Yello berdasarkan kategori metode reservasi YTD 2016-2019	106
Tabel 5.5.	<i>Top 5</i> tamu domestik dan luar negeri All Sedayu YTD periode 2017-2019	109
Tabel 5.6.	<i>Top 5</i> tamu domestik hotel All Sedayu YTD 2017-2019	111
Tabel 5.7.	Pasar hotel All Sedayu MTD periode 2017-2019.....	113
Tabel 5.8.	Pasar hotel All Sedayu berdasarkan kategori segmentasi YTD 2013-2019	116
Tabel 5.9.	Pasar hotel All Sedayu segmen OTA YTD periode 2017-2019	121
Tabel 5.10.	<i>Top 5</i> tamu domestik dan luar negeri hotel Harris Vertu MTD 2018-2019	124
Tabel 5.11.	Pasar hotel Harris Vertu MTD periode 2017-2019	127
Tabel 5.12.	Pasar hotel Harris Vertu berdasarkan kategori segmentasi YTD 2017-2019	131
Tabel 5.13.	Pasar hotel Harris Vertu berdasarkan metode reservasi YTD periode 2017-2019	136

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1.	Grafik skor 10 besar kinerja pertumbuhan pariwisata dunia dan total pengeluaran wisatawan Indonesia	1
Grafik 1.2.	Pertumbuhan pengguna internet berdasarkan wilayah di Indonesia ..	3
Grafik 1.3.	Pengguna internet dan waktu yang dihabiskan	4
Grafik 1.4.	Persentase pengeluaran konsumen Indonesia untuk belanja <i>online</i> dan persentase konsumen yang minat belanja <i>online</i>	5
Grafik 1.5.	Pelayanan OTA yang sering digunakan konsumen Indonesia	6
Grafik 3.1.	Grafik perkembangan <i>supply</i> hotel di koridor Kota Tua Jl. Gajah Mada – Hayam Wuruk samapi Bundaran HI Jl. Sudirman – Thamrin	43
Grafik 4.1.	Grafik pertumbuhan RevPAR Jakarta	51
Grafik 4.2.	Grafik kunjungan wisatawan asing di Jakarta	51
Grafik 4.3.	<i>Supply</i> hotel di Jakarta	53
Grafik 4.4.	Grafik kedatangan wisatawan di Jakarta terhadap akomodasi hotel berbintang	53
Grafik 4.5.	Grafik AOR hotel di Jakarta	53
Grafik 4.6.	<i>Supply</i> , ADR dan AOR hotel di Jakarta	54
Grafik 4.7.	Distribusi <i>revenue & expenses</i> hotel di Indonesia	54
Grafik 4.8.	<i>Occupancy</i> hotel di Indonesia	55
Grafik 4.9.	ADR hotel di Indonesia	55
Grafik 4.10.	RevPAR hotel di Indonesia	55
Grafik 4.11.	GOPPAR & GOP Hotel di Indonesia	55
Grafik 4.12.	Tamu hotel di Jakarta berdasarkan penjualan kamar dan ARR	56
Grafik 4.13.	Grafik komposisi segmen pasar hotel di Jakarta berdasarkan penjualan kamar dan ARR	56
Grafik 4.14.	Grafik komposisi segmen pasar hotel di Jakarta berdasarkan penjualan dan sumber reservasi	57
Grafik 5.1.	Penjualan kamar hotel Yello berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2018-2019	96
Grafik 5.2.	Persentase penjualan kamar hotel Yello berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2018-2019	96

Grafik 5.3.	Penjualan kamar hotel Yello tamu domestik dan luar negeri MTD 2018-2019	97
Grafik 5.4.	RNS hotel Yello <i>top 5</i> tamu luar negeri hotel berdasarkan negara MTD 2018-2019	98
Grafik 5.5.	<i>Room Available vs Room Sold</i> Yello Hotel MTD 2018-2019	99
Grafik 5.6.	<i>Occupancy</i> Yello Hotel MTD 2018-2019	100
Grafik 5.7.	<i>Revenue</i> Yello Hotel MTD 2018-2019.....	100
Grafik 5.8.	ARR vs RevPAR Yello Hotel MTD 2018-2019	101
Grafik 5.9.	<i>Room Sold</i> Yello berdasarkan segmentasi pasar YTD 2016-2019	103
Grafik 5.10.	<i>Revenue</i> Yello berdasarkan segmentasi pasar YTD 2016-2019	104
Grafik 5.11.	ARR hotel Yello berdasarkan segmentasi pasar YTD 2016-2019	105
Grafik 5.12.	Persentase pasar hotel Yello berdasarkan segmentasi pasar YTD 2016-2019	106
Grafik 5.13	Penjualan kamar hotel Yello berdasarkan metode reservasi YTD 2016-2019	107
Grafik 5.14	ARR hotel Yello berdasarkan metode reservasi YTD 2016-2019	108
Grafik 5.15.	<i>Revenue</i> segmen pasar hotel Yello berdasarkan metode reservasi YTD 2016-2019	108
Grafik 5.16.	Persentase RNS dan <i>revenue</i> segmen pasar Yello berdasarkan metode reservasi YTD 2016-2019	109
Grafik 5.17.	RNS All Sedayu berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2017-2019 ..	109
Grafik 5.18.	Persentase RNS All Sedayu berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2017-2019	110
Grafik 5.19.	<i>Revenue</i> hotel All Sedayu berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2017-2019	110
Grafik 5.20.	Persentase <i>revenue</i> hotel All Sedayu berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2017-2019	110
Grafik 5.21.	ARR All Sedayu berdasarkan <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2017-2019	.111
Grafik 5.22.	Penjualan kamar hotel All Sedayu berdasarkan <i>top 5</i> tamu domestik hotel YTD 2017-2019	112
Grafik 5.23.	Persentase RNS hotel All Sedayu <i>top 5</i> tamu domestik hotel YTD 2017-2019	112
Grafik 5.24.	<i>Revenue</i> All Sedayu <i>top 5</i> tamu domestik hotel YTD 2017-2019	.112

Grafik 5.25. Persentase <i>revenue</i> All Sedayu <i>top 5</i> tamu domestik hotel YTD 2017-2019	113
Grafik 5.26. ARR All Sedayu <i>top 5</i> tamu domestik hotel YTD 2017-2019	113
Grafik 5.27. <i>Room Available</i> vs <i>Room Sold</i> All Sedayu MTD 2017-2019	114
Grafik 5.28. <i>Occupancy</i> hotel All Sedayu MTD 2017-2019	115
Grafik 5.29. <i>Revenue</i> hotel All Sedayu MTD 2017-2019	115
Grafik 5.30. ARR vs RevPAR hotel All Sedayu MTD 2017-2019	116
Grafik 5.31. <i>Room Sold</i> hotel All Sedayu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2013-2019	118
Grafik 5.32. <i>Revenue</i> hotel All Sedayu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2013-2019	119
Grafik 5.33. ARR All Sedayu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2013-2019	120
Grafik 5.34. Persentase pasar hotel All Sedayu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2013-2019	121
Grafik 5.35. RNS segmen OTA All Sedayu YTD 2017-2019	122
Grafik 5.36. Persentase RNS segmen OTA All Sedayu YTD 2017-2019	122
Grafik 5.37. <i>Revenue</i> segmen OTA All Sedayu YTD 2017-2019	123
Grafik 5.38. Persentase <i>revenue</i> segmen OTA All Sedayu YTD 2017-2019	123
Grafik 5.39. ARR segmen OTA All Sedayu YTD 2017-2019	123
Grafik 5.40. Persentase segmen OTA All Sedayu YTD 2017-2019	124
Grafik 5.41. RNS hotel Harris Vertu <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2018-2019	125
Grafik 5.42. Persentase RNS Harris Vertu <i>top 5</i> tamu hotel YTD 2018-2019 ..	125
Grafik 5.43. Penjualan kamar hotel Harris Vertu tamu domestik dan luar negeri MTD 2018-2019	125
Grafik 5.44. Penjualan kamar hotel Harris Vertu berdasarkan <i>top 5</i> tamu luar negeri MTD 2018-2019	126
Grafik 5.45. <i>Room Available</i> vs <i>Room Sold</i> Harris Vertu MTD 2017-2019	128
Grafik 5.46. <i>Occupancy</i> hotel Harris Vertu MTD 2017-2019	129
Grafik 5.47. <i>Revenue</i> hotel Harris Vertu MTD 2017-2019	129
Grafik 5.48. ARR vs RevPAR hotel Harris Vertu MTD 2017-2019	130
Grafik 5.49. <i>Room Sold</i> hotel Harris Vertu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2017-2019	132

Grafik 5.50. <i>Revenue</i> hotel Harris Vertu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2017-2019	133
Grafik 5.51. ARR hotel Harris Vertu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2017-2019	134
Grafik 5.52. Persentase pasar hotel Harris Vertu berdasarkan segmentasi pasar YTD 2017-2019	135
Grafik 5.53. Penjualan kamar hotel Harris Vertu berdasarkan metode reservasi YTD 2017-2019	136
Grafik 5.54. ARR hotel Harris Vertu berdasarkan metode reservasi YTD 2017-2019	137
Grafik 5.55. <i>Revenue</i> hotel Harris Vertu berdasarkan metode reservasi YTD 2017-2019	137
Grafik 5.56. Persentase RNS dan <i>revenue</i> hotel Harris Vertu berdasarkan metode reservasi YTD 2017-2019	138