

PENGARUH OCCUPANCY RATE DAN EVENT MEETING TERHADAP PENDAPATAN HOTEL PADA GRAND ROYAL DENAI HOTEL BUKITTINGGI

Winda Sari¹; Anne Putri²; Aries Tanno³; Delfi Hurnis⁴; Romzi Rahman⁵

^{1,2,4,5}Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi
Jln. Ahmad Yani No. 79 Kampung Cina Bukittinggi, Sumatera Barat Indonesia

³Universitas Andalas, Padang

E-mail : anne_kop10@yahoo.com (Koresponding)

Abstract: This study aims to examine the effect of occupancy rate and event meeting activities on hotel revenue at Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. A quantitative approach was employed using multiple linear regression analysis. The study utilized secondary data obtained from the hotel's operational reports covering the period from January 2023 to December 2025, consisting of occupancy rate, event meeting, and hotel revenue data. Data analysis included descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that occupancy rate has a positive and significant effect on hotel revenue, with a t-value of 11.867 and a significance level of 0.000. Event meeting activities also have a positive and significant effect on hotel revenue, with a t-value of 3.988 and a significance level of 0.000. Simultaneously, occupancy rate and event meeting significantly affect hotel revenue, as indicated by an F-value of 414.490 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.962 shows that 96.2% of the variation in hotel revenue can be explained by the two independent variables. These findings suggest that optimizing room occupancy and increasing event meeting activities are effective strategies for enhancing hotel revenue.

Keywords: *Occupancy Rate, Event Meeting, Hotel Revenue*

Industri perhotelan memiliki peran penting dalam mendukung sektor pariwisata dan perekonomian daerah, terutama di Indonesia dan Sumatera Barat yang mengalami pertumbuhan pariwisata signifikan sehingga meningkatkan kebutuhan jasa akomodasi (Prasetyo & Wiguna, 2023). Pendapatan hotel menjadi indikator utama keberhasilan operasional, yang berasal dari berbagai sumber seperti penjualan kamar, makanan, dan penyewaan fasilitas, dengan strategi peningkatan pendapatan yang berkelanjutan sangat diperlukan (Sutono & Setiawan, 2023). Tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) menjadi faktor penentu utama pendapatan hotel, di mana fluktuasi *occupancy rate* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi menunjukkan dinamika tersebut (Adnyana & Utama, 2022). Selain itu, *event meeting* atau kegiatan MICE juga berkontribusi signifikan terhadap pendapatan melalui penyewaan ruang dan konsumsi, dengan perkembangan jumlah *event* yang memengaruhi pendapatan

hotel (Sari & Setiawan, 2022; Wibowo, 2024). Fenomena fluktuasi *occupancy rate* dan *event meeting* serta adanya *gap* penelitian sebelumnya menegaskan urgensi penelitian ini untuk memberikan manfaat strategis bagi manajemen hotel. Penelitian ini berfokus pada pengaruh *occupancy rate* dan *event meeting* terhadap pendapatan di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada analisis dampak parsial dan simultan dari variabel operasional hotel terhadap kinerja keuangannya, mengingat pentingnya pengelolaan tingkat hunian dan aktivitas bisnis untuk stabilitas pendapatan (Sutono & Setiawan, 2023). Secara spesifik, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: (1) apakah *occupancy rate* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel pada Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi (Adnyana & Utama, 2022); (2) apakah *event meeting* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan

hotel pada Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi (Sari & Setiawan, 2022); serta (3) apakah *occupancy rate* dan *event meeting* secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan hotel pada Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi (Wibowo, 2024). Pengujian ini diperlukan untuk mengonfirmasi model estimasi pendapatan yang akurat bagi manajemen objek penelitian.

Berdasarkan fenomena fluktuasi tingkat hunian kamar (*occupancy rate*), kegiatan *event meeting*, dan pendapatan yang terjadi pada Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *occupancy rate* dan *event meeting* terhadap pendapatan hotel, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini penting dilakukan karena pendapatan hotel merupakan indikator utama dalam menilai kinerja operasional dan keberhasilan pengelolaan usaha perhotelan. Tingkat hunian kamar yang tinggi mencerminkan optimalisasi pemanfaatan fasilitas akomodasi yang berpotensi meningkatkan pendapatan hotel, sementara kegiatan *event meeting* memberikan kontribusi melalui penyewaan ruang pertemuan, layanan konsumsi, serta penggunaan fasilitas pendukung lainnya (Putra & Ningsih, 2020; Hasanah, 2022). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis berupa pengayaan literatur di bidang akuntansi dan manajemen perhotelan, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan hotel, serta memberikan manfaat praktis bagi manajemen Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi dalam merumuskan strategi peningkatan pendapatan melalui optimalisasi tingkat hunian kamar dan penyelenggaraan *event meeting*. Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh *Occupancy Rate* (X_1) dan *Event Meeting* (X_2) terhadap Pendapatan Hotel (Y) dengan menggunakan data sekunder bulanan periode Januari 2023 hingga Desember 2025 yang diperoleh dari Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. Analisis dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan kedua variabel independen terhadap pendapatan hotel, tanpa memasukkan faktor lain seperti tarif kamar,

promosi, kualitas pelayanan, pendapatan *food and beverage*, kondisi ekonomi, maupun tingkat kunjungan wisatawan yang juga berpotensi memengaruhi pendapatan hotel (Simanjuntak & Lestari, 2020).

Teori Pendapatan

Pendapatan (*income* atau *revenue*) merupakan seluruh nilai aliran manfaat ekonomi berupa arus masuk bruto yang diperoleh entitas dalam suatu periode dari aktivitas operasional normalnya melalui kontribusi faktor produksi, yang berdampak pada peningkatan ekuitas di luar kontribusi pemilik (Samuelson & Nordhaus, 2010; Case et al., 2012; IAI, 2020). Dalam akuntansi keuangan, pendapatan yang dibedakan dari keuntungan (*gain*) ini diakui saat proses realisasi selesai atau ketika kewajiban kinerja dalam kontrak pelanggan telah terpenuhi (IASB, 2018; Kieso et al., 2019; Suwardjono, 2018). Sebagai indikator utama profitabilitas dan kesinambungan usaha (*going concern*), pengelolaan pendapatan yang efektif sangat dipengaruhi oleh manajemen kapasitas layanan, perilaku konsumen, serta struktur harga (Horngren et al., 2020). Dalam industri jasa perhotelan yang padat layanan, kapasitas yang tidak terjual merupakan potensi hilangnya pendapatan (*lost revenue*), sehingga dalam penelitian ini pendapatan diposisikan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi secara langsung oleh efisiensi faktor operasional hotel, khususnya tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) dan aktivitas penyelenggaraan *event meeting*.

Teori Pendapatan Hotel

Dalam konteks bisnis perhotelan, pendapatan (*revenue*) dipahami sebagai total arus kas masuk atau peningkatan aset yang mencerminkan hasil akhir aktivitas operasional dan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya (Hansen & Mowen, 2020). Merujuk pada *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry* (USALI), pendapatan ini mencakup seluruh hasil dari kegiatan utama hotel yang dikelompokkan menjadi pendapatan kamar

(*room revenue*) dan pendapatan non-kamar (*non-room revenue*) seperti restoran, *laundry*, hingga sewa ruang pertemuan (AHLEI, 2019; Singh & Kasavana, 2019). Meskipun penjualan kamar dan makanan-minuman secara tradisional menjadi kontributor terbesar, struktur pendapatan hotel di Indonesia saat ini menunjukkan pergeseran model bisnis menuju penyedia jasa terpadu seiring meningkatnya tren kontribusi kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Fluktuasi pendapatan ini secara komprehensif dipengaruhi oleh faktor eksternal pariwisata maupun variabel operasional internal hotel seperti tingkat hunian (*occupancy rate*) dan intensitas penyelenggaraan acara (Walker, 2020). Oleh karena itu, dalam kerangka penelitian ini, pendapatan hotel diposisikan sebagai variabel dependen guna memberikan pemahaman mendalam bagi pengambilan keputusan strategis dalam manajemen pendapatan (*revenue management*).

Teori Tingkat Hunian / *Occupancy Rate*

Tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) merupakan salah satu indikator kinerja utama dalam industri perhotelan yang mengukur produktivitas operasional serta sejauh mana kapasitas produk inti hotel terjual dalam periode tertentu (Walker, 2020). Menurut *American Hotel and Lodging Association* (AHLA, 2021) serta Sulastiyono (2016), rasio ini mencerminkan efektivitas penjualan kamar yang dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Occupancy Rate} = \frac{\text{Jumlah Kamar Terjual}}{\text{Jumlah Kamar Tersedia}} \times 100\%$$

Secara internal, nilai ini dipengaruhi oleh citra, strategi promosi, segmentasi pasar, hingga implementasi *revenue management* yang menyeimbangkan antara hunian dan tarif kamar demi mencegah hilangnya profitabilitas akibat penurunan harga yang berlebihan (Kotler et al., 2016; Ottenbacher & Harrington, 2018; Kimes, 2019). Di sisi lain, fluktuasi hunian juga didorong oleh faktor

eksternal seperti musiman (*seasonality*), kondisi ekonomi, serta keberadaan *event-event* besar di sekitar lokasi hotel (Holloway & Humphreys, 2020; O'Neill & Mattila, 2019). Dalam kerangka penelitian ini, *occupancy rate* diposisikan sebagai variabel independen (X_1) yang diasumsikan berpengaruh langsung terhadap pendapatan hotel (Y), di mana pengujian empirisnya krusial untuk melihat dinamika kontribusinya secara menyeluruh di tengah adanya sumbangsih dari sektor non-kamar.

Teori Event Meeting / MICE

Event meeting merupakan kegiatan pertemuan formal atau semiformal yang menjadi bagian dari industri MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) untuk mengakomodasi kebutuhan instansi pemerintah, BUMN, dan swasta dalam menyelenggarakan rapat, seminar, konferensi, maupun pelatihan (Getz, 2018; Davidson & Cope, 2018). Dalam industri perhotelan modern, segmen ini menempati posisi strategis sebagai sumber utama pendapatan non-kamar (*non-room revenue*) yang mencakup sewa ruang, paket konsumsi, hingga penyewaan alat audio-visual, sekaligus mampu mendorong tingkat hunian secara signifikan terutama pada hari kerja (Shone & Parry, 2016; Fenich, 2020). Keberhasilan penyelenggaraannya sangat dipengaruhi oleh fasilitas, pelayanan, dan profesionalisme yang pada gilirannya memberikan dampak ekonomi berganda (*multiplier effect*), meningkatkan citra hotel, serta membangun loyalitas klien korporat demi terciptanya bisnis berulang (*repeat business*) (Bowdin et al., 2017; Rogers, 2019; Davidson & Rogers, 2016). Mengingat kontribusi sektor MICE nasional yang sangat potensial pasca-pemulihan ekonomi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022), maka dalam penelitian ini *event meeting* diposisikan sebagai variabel independen (X_2) yang diduga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel (Y), baik melalui jalur

pendapatan langsung maupun tidak langsung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menganalisis pengaruh *occupancy rate* dan *event meeting* terhadap pendapatan hotel. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini mengukur hubungan antarvariabel menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2021).

Objek penelitian adalah Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan operasional hotel, meliputi data *occupancy rate*, *event meeting*, dan pendapatan hotel selama periode Januari 2023 hingga Desember 2025. Berdasarkan waktu pengumpulannya, data yang digunakan merupakan data runtut waktu (*time series*) dengan jumlah observasi sebanyak 36 data bulanan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, observasi, dan studi pustaka. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data tingkat hunian kamar, data *event meeting*, dan laporan pendapatan hotel. Observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman mengenai aktivitas operasional hotel yang berkaitan dengan variabel penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai literatur, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas *Occupancy Rate* (X_1) dan *Event Meeting* (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Pendapatan Hotel (Y). *Occupancy Rate* diukur berdasarkan persentase jumlah kamar terjual dibandingkan jumlah kamar yang tersedia, *Event Meeting* diukur berdasarkan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan rapat dan acara yang diselenggarakan di hotel, sedangkan Pendapatan Hotel diukur berdasarkan total pendapatan operasional hotel dalam satu periode.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak Statistical Package

for Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, serta analisis regresi linier berganda. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

di mana Y adalah Pendapatan Hotel, α adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi, X_1 adalah *occupancy rate*, X_2 adalah *event meeting*, dan e adalah error term.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi pendapatan hotel.

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OCCUPANCY RATE	36	3.00	46.00	23.8333	9.81695
EVENT MEETING	36	10076308.00	407638310.00	200047091.861	110541434.029
PENDAPATAN HOTEL	36	81794648.00	1498102743.00	753708680.805	309446339.667
Valid N (listwise)	36				

Berdasarkan hasil tabel statistik deskriptif, penelitian menggunakan 36 data observasi ($N = 36$) yang berasal dari periode pengamatan tertentu. Dari tabel tersebut terlihat bahwa seluruh variabel memiliki jumlah data yang sama, yaitu 36, sehingga tidak terdapat data yang hilang (*missing value*) selama proses pengolahan data. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Valid N (*listwise*) = 36, yang berarti seluruh data dapat digunakan dalam analisis penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov terhadap 36 data observasi, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,174 yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan

bahwa residual pada model regresi yang menguji pengaruh *occupancy rate* dan *event meeting* terhadap Pendapatan Hotel berdistribusi normal.

Selain itu, nilai Most Extreme Differences (Absolute = 0,124; Positive = 0,124; Negative = -0,096) mengindikasikan bahwa penyimpangan residual dari distribusi normal relatif kecil dan masih dalam batas yang dapat diterima

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.00547757.77982241
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.096
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.174 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menggunakan Collinearity Diagnostics, diperoleh nilai Condition Index tertinggi sebesar 10,710, yang masih berada dalam batas yang dapat diterima dan jauh di bawah batas 30 yang menunjukkan multikolinearitas serius. Meskipun pada Dimensi 3 nilai Variance Proportions untuk *occupancy rate* (0,99) dan *event meeting* (0,81) tergolong tinggi, kondisi tersebut tidak disertai nilai Condition Index yang tinggi sehingga tidak mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas yang signifikan. Selain itu, nilai Condition Index pada dimensi lainnya juga relatif rendah, yaitu 1,000 dan 4,750.

Collinearity Diagnostics^a

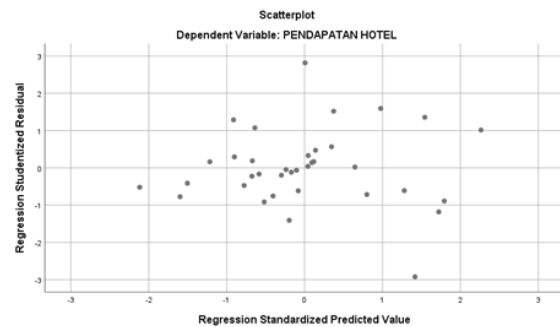
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions	
					OCCUPANCY RATE	EVENT MEETING
1	1	2.849	1.000	.01	.00	.01
2	2	.128	4.750	.84	.01	.19
3	3	.025	10.710	.35	.99	.81

a. Dependent Variable: PENDAPATAN HOTEL

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti

mengerucut, melebar, atau bergelombang. Kondisi ini menunjukkan bahwa varians residual cenderung konstan pada berbagai tingkat *occupancy rate* dan *event meeting*, sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.



Uji Autokorelasi

Hasil analisis pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,981 yang menunjukkan bahwa *occupancy rate* dan *event meeting* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Pendapatan Hotel. Nilai R Square sebesar 0,962 mengindikasikan bahwa 96,2% variasi Pendapatan Hotel dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya 3,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,959 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan Pendapatan Hotel tetap sangat tinggi setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen. Nilai Durbin-Watson sebesar 2,076 yang mendekati angka 2 juga menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.981 ^a	.962	.959	6235550.41411	2.076

a. Predictors: (Constant), EVENT MEETING, OCCUPANCY RATE

b. Dependent Variable: PENDAPATAN HOTEL

Analisis Regresi Linear Berganda (Model Double-Log)

Hasil regresi linear berganda, diperoleh persamaan Pendapatan Hotel = 31.302.723,944 + 24.338.600,121 (*occupancy rate*) + 0,712 (*event meeting*), yang menunjukkan bahwa *occupancy rate* dan *event meeting* memiliki pengaruh positif

terhadap Pendapatan Hotel. Secara parsial, kedua variabel terbukti berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 ($< 0,05$). Variabel *occupancy rate* menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan Pendapatan Hotel dengan nilai Beta sebesar 0,756, sedangkan *event meeting* memiliki pengaruh positif yang lebih kecil dengan nilai Beta sebesar 0,254. Selain itu, nilai Tolerance sebesar 0,286 dan VIF sebesar 3,502 menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31302723.944	28669179.212		1.092	.283		
OCCUPANCY RATE	24338600.121	2050995.154	.756	11.867	.000	.286	3.502
EVENT MEETING	.712	.178	.254	3.988	.000	.286	3.502

a. Dependent Variable: PENDAPATAN HOTEL

Uji Hipotesa

Uji Parsial (Uji T)

Hasil uji t, variabel *occupancy rate* dan *event meeting* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Hotel, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 ($< 0,05$). *Occupancy rate* memiliki koefisien regresi sebesar 24.338.600,121 dengan nilai t-hitung 11,867 dan Beta 0,756, yang menunjukkan bahwa peningkatan tingkat hunian kamar akan meningkatkan Pendapatan Hotel secara signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan dalam model penelitian. Sementara itu, *event meeting* memiliki koefisien regresi sebesar 0,712 dengan nilai t-hitung 3,988 dan Beta 0,254, yang menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas atau pendapatan *event meeting* juga mampu meningkatkan Pendapatan Hotel secara signifikan, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan *occupancy rate*.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31302723.944	28669179.212		1.092	.283		
OCCUPANCY RATE	24338600.121	2050995.154	.756	11.867	.000	.286	3.502
EVENT MEETING	.712	.178	.254	3.988	.000	.286	3.502

a. Dependent Variable: PENDAPATAN HOTEL

Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa *occupancy rate* dan *event meeting* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Hotel. Besarnya nilai Regression Sum of Squares yang jauh lebih tinggi dibandingkan Residual Sum of Squares mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi Pendapatan Hotel dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	3223250199898	2	1611625099848	.000 ^b
		656400.000		327880.000	
	Residual	1283110840257	33	3888214867446	
		42816.000		752.000	
	Total	3351561283722	35		
		398200.000			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN HOTEL

b. Predictors: (Constant), EVENT MEETING, OCCUPANCY RATE

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,981 yang menunjukkan bahwa hubungan antara *occupancy rate* dan *event meeting* terhadap Pendapatan Hotel berada pada kategori sangat kuat. Nilai R Square (R²) sebesar 0,962 mengindikasikan bahwa 96,2% variasi Pendapatan Hotel dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh *occupancy rate* dan *event meeting*, sedangkan sisanya 3,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) terhadap pendapatan Grand Royal Denai Hotel.

Variabel *occupancy rate* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Grand Royal Denai Hotel, dengan nilai t-hitung sebesar 11,867 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 24.338.600,121 menunjukkan bahwa setiap peningkatan tingkat hunian kamar akan meningkatkan pendapatan hotel, sehingga *occupancy rate*

memiliki peran penting sebagai salah satu sumber utama pendapatan hotel.

Selain itu, *occupancy rate* juga merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Pendapatan Hotel, yang ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,756 lebih tinggi dibandingkan *event meeting* sebesar 0,254. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putra dan Ningsih (2020) yang menemukan bahwa *Occupancy Rate* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel di Bali, serta penelitian Simanjuntak dan Lestari (2020) yang menyatakan bahwa peningkatan tingkat hunian kamar akan diikuti oleh peningkatan pendapatan hotel. Kesamaan hasil tersebut menegaskan bahwa *occupancy rate* merupakan faktor penting yang secara konsisten berperan dalam meningkatkan pendapatan hotel.

Pengaruh kegiatan *event meeting* terhadap pendapatan Grand Royal Denai Hotel.

Variabel *event meeting* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Grand Royal Denai Hotel, dengan nilai t-hitung sebesar 3,988 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi sebesar 0,712 menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas *event meeting* akan meningkatkan pendapatan hotel, karena kegiatan *meeting* seperti seminar, rapat, dan pelatihan tidak hanya menghasilkan pendapatan dari ruang pertemuan, tetapi juga dari layanan tambahan seperti konsumsi, akomodasi, dan fasilitas hotel lainnya.

Meskipun berpengaruh signifikan, kontribusi *event meeting* masih lebih kecil dibandingkan *occupancy rate* yang ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,254. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasanah (2022) yang menyatakan bahwa *Event Meeting* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan hotel berbintang di Bandung, serta penelitian Wahyudi (2023) yang menemukan bahwa optimalisasi kegiatan *meeting* dan fasilitas ruang rapat mampu meningkatkan pendapatan hotel secara signifikan. Kesamaan hasil tersebut menegaskan bahwa *Event Meeting*

merupakan salah satu sumber pendapatan penting yang mendukung kinerja keuangan hotel.

Pengaruh simultan tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) dan kegiatan *event meeting* terhadap pendapatan Grand Royal Denai Hotel.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 414,490 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *occupancy rate* dan *event meeting* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Grand Royal Denai Hotel, serta model regresi yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen dengan baik.

Besarnya pengaruh tersebut juga didukung oleh nilai R Square sebesar 0,962, yang berarti 96,2% variasi Pendapatan Hotel dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya 3,8% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Hasil ini sejalan dengan penelitian Suharto dan Wibisono (2021) yang menyatakan bahwa *occupancy rate* dan *event meeting* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel, serta penelitian Dewi (2022) yang menegaskan bahwa penjualan kamar dan kegiatan *meeting* merupakan faktor utama dalam meningkatkan pendapatan hotel. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa kinerja pendapatan hotel sangat dipengaruhi oleh kombinasi tingkat hunian kamar dan aktivitas *event meeting*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis diatas data penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat Hunian Kamar (*occupancy rate*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Grand Royal Denai Hotel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat hunian kamar, maka semakin tinggi pula

pendapatan yang diperoleh hotel. *Occupancy rate* juga menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi pendapatan hotel dibandingkan variabel lainnya

2. Kegiatan *event meeting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Grand Royal Denai Hotel. Hal ini berarti bahwa peningkatan aktivitas *meeting* dan *event* yang diselenggarakan di hotel akan meningkatkan pendapatan hotel. Pendapatan yang diperoleh tidak hanya berasal dari penyewaan ruang *meeting*, tetapi juga dari penggunaan fasilitas hotel lainnya yang mendukung kegiatan tersebut.
3. Tingkat Hunian Kamar (*occupancy rate*) dan kegiatan *event meeting* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Grand Royal Denai Hotel. Kedua variabel tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan Grand Royal Denai Hotel.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, Z. (2018). Meeting Facilities and Service Quality Impact on Hotel Profitability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37(2), 122–135.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.02.004>
- Chen, L., & Song, H. (2019). MICE Tourism Development and Hotel Revenue in Asia: Empirical Evidence from the Asia-Pacific Region. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(8), 3215–3234.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2018-0284>
- Dewi, T. (2022). The Effect of Room Sales and Meeting Events on Hotel Revenue. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 55–65.
- Fenich, G. G. (2020). Meetings, Expositions, Events, and Conventions: An Introduction to the MICE Industry (5th ed.). Pearson Education.
- Handayani, R. (2021). Pengaruh Tingkat Hunian Kamar dan Penjualan F&B terhadap Kinerja Pendapatan Hotel. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 8(2), 101–110.
- Hasanah, N. (2022). Pengaruh Event Meeting, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Pendapatan Hotel Berbintang di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 45–56.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. Free Press.
- Kimes, S. E. (2019). *Revenue Management for the Hospitality Industry*. Cornell University Press.
- Kurniawan, I. (2019). Pengaruh Event Meeting dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pendapatan Hotel. *Jurnal Bisnis dan Pariwisata*, 11(3), 89–97.
- Nuraini, L. (2018). MICE Activities and Their Impact on Hotel Revenue: A Study on Business Hotels in Jakarta. *Tourism and Hospitality Review*, 6(2), 77–86.
- Putra, A., & Ningsih, D. (2020). Pengaruh *Occupancy Rate* dan Tarif Kamar terhadap Pendapatan Hotel di Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 6(1), 23–35.
- Rahmawati, E. (2017). Room *Occupancy* and Average Daily Rate as Determinants of Hotel Revenue. *Journal of Applied Economics and Business*, 5(4), 65–72.
- Rogers, T. (2019). *Conferences and Conventions: A Global Industry* (4th ed.). Routledge.
- Sari, M. (2019). Event Meeting dan Promosi terhadap Pendapatan Hotel di Jakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(2), 44–55.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.

- Simanjuntak, P., & Lestari, F. (2020). Pengaruh *Occupancy Rate* dan *Seasonality* terhadap Pendapatan Kamar Hotel di Medan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 12(1), 33–40.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, B., & Wibisono, A. (2021). Pengaruh *Occupancy Rate* dan *Event Meeting* terhadap Pendapatan Hotel di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 72–83.
- Walker, J. R. (2020). *Introduction to Hospitality* (8th ed.). Pearson Education.
- Wahyudi, H. (2023). Pengaruh *Event Meeting* dan Kapasitas Ruang Rapat terhadap Pendapatan Hotel di Semarang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Indonesia*, 5(2), 99–109.
- Widodo, R. (2021). *Occupancy Rate, Harga Kamar, dan Pelayanan terhadap Pendapatan Hotel di Yogyakarta*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 110–122.
<https://doi.org/10.55122/jabisi.v2i1.203>