

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Hotel Syailendra

##### 1. Sejarah dan Perkembangan Hotel

Hotel Syailendra berdiri sejak 23 Maret 2015 yang didirikan oleh Bapak Eric. Berawal dari inspirasi Hotel Segoro milik H. Sukardi yang merupakan mertua Bapak Erik dan kemudian beliau mendirikan usahanya sendiri sebuah Hotel berkonsep syari'ah di Kota Jepara. Nama syailendra sendiri diambil dari nama anaknya yang saat itu masih didalam kandungan.<sup>1</sup>

Hotel Syailendra merupakan salah satu hotel favorit, terletak di tengah-tengah pusat kota jepara, tepatnya Jl. Hos Cokroaminoto no 27, Jepara, Jepara, Indonesia 59417. Hanya 5 menit untuk menuju Alun-alun kota jepara, 5 menit menuju Pantai Kartini Jepara dan 10 – 15 menit menuju Kawasan Wisata Pantai Bandengan dan Jepara Ocean Park. Hotel yang berbintang 2 ini sangat bagus dalam pelayanan dan menyediakan fasilitas dalam kenyamanan penginapan anda. Sangat cocok bagi anda dalam urusan bisnis maupun berlibur di Jepara, harga mulai Rp. 315.000,00 dengan kamar yang nyaman. Menampilkan WiFi gratis, barbekyu dan teras matahari, Syailendra Hotel menawarkan akomodasi di Jepara. Para tamu dapat menikmati restoran di tempat. Kamar mencakup TV layar datar dengan saluran satelit. Setiap kamar dilengkapi dengan kamar mandi pribadi dilengkapi dengan shower. Untuk kenyamanan Anda, Anda akan menemukan sandal dan perlengkapan mandi gratis. Ada juga meja depan 24-jam di properti. Hotel ini juga menawarkan penyewaan sepeda dan menyewa mobil. Semarang adalah 50 km dari Syailendra Hotel, sementara Kudus adalah 30 km dari properti. Terletak di Jepara di Central Region Jawa, 50 km

---

<sup>1</sup> Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara yang dikutip peneliti tanggal 17 Januari 2017.

dari Semarang, Syailendra Hotel memiliki barbekyu dan pemandangan taman. Para tamu dapat menikmati restoran di tempat.

dengan menerapkan *E-Commerce*. Melalui *website* para calon tamu Hotel Syailendra Jepara bisa memperoleh informasi ketersediaan kamar dengan berbagai tipe, informasi harga yang variatif serta informasi berbagai fasilitas yang disediakan Hotel Syailendra Jepara. Para tamu mendapatkan informasi secara detail dan dapat melakukan *booking* kamar hotel secara *online* melalui internet di manapun berada.<sup>2</sup>

Sebagus apapun potensi dan peluang yang disediakan internet dalam mengambah dunia global tetap saja memberikan pula kesempatan kegagalan dan penyalahgunaan. Bisnis hotel dengan sistem konvensional masih bisa dilakukan dengan baik dan merupakan langkah utama dalam peningkatan pemasaran dan pendapatan perusahaan karena selain dari sisi profit perusahaan juga dituntut untuk mampu membuka lapangan kerja sehingga mampu mengentaskan kemiskinan dan potensi pengangguran di masyarakat.

## 2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu hal yang sangat berperan bagi tercapainya tujuan dari suatu perusahaan. Menurut Joseph L. Massie dalam Sutarto, organisme akan dimasukkan sebagai struktur dan proses kelompok orang yang bekerja sama membagi tugas-tugasnya di antara para anggota, menetapkan hubungan-hubungan dan menyatukan aktivitas-aktivitasnya ke arah tujuan bersama.<sup>3</sup> Berikut ini merupakan struktur organisasi Syailendra Hotel Jepara:<sup>4</sup>

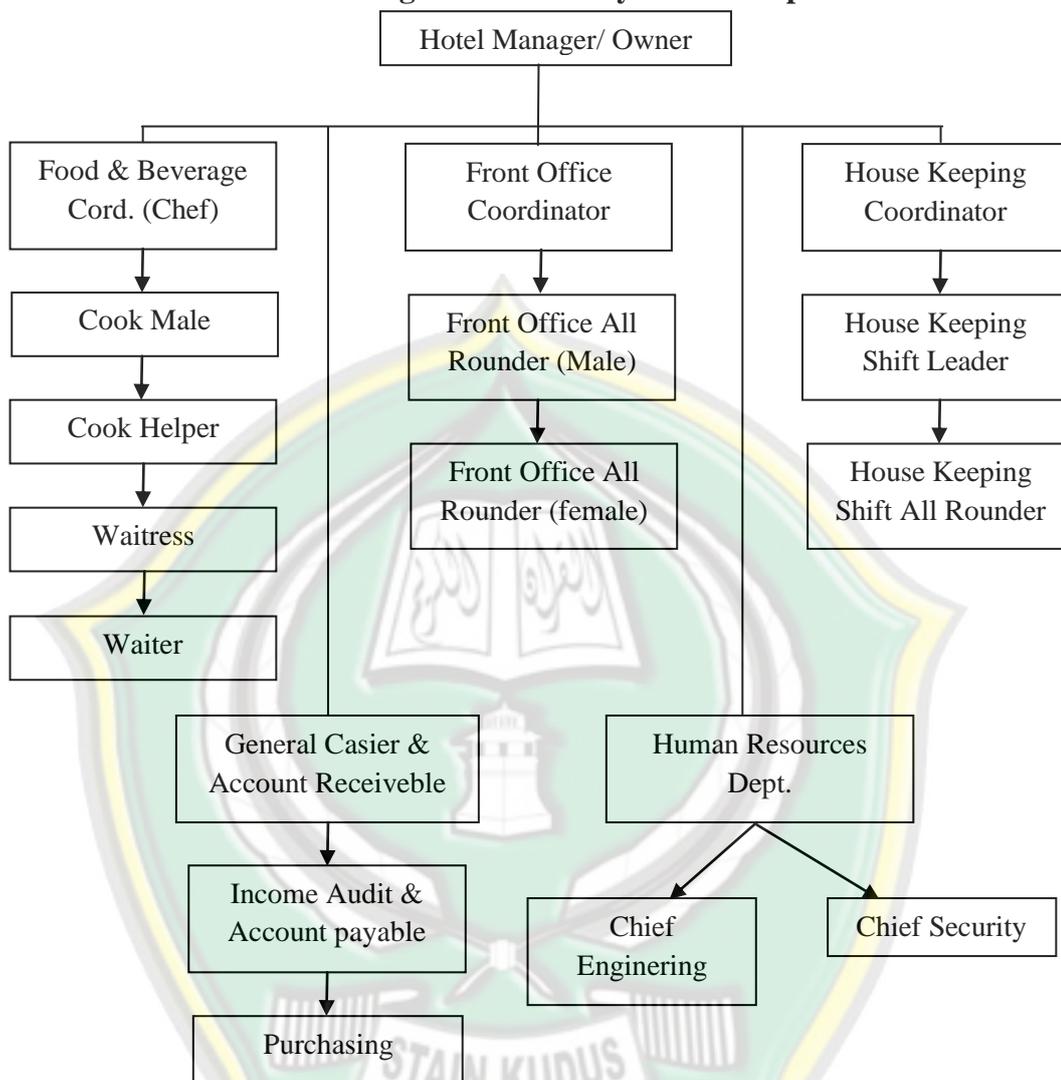
---

<sup>2</sup> Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara yang dikutip peneliti tanggal 17 Januari 2017.

<sup>3</sup> Sutarto, *Dasar-dasar Organisasi*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2006, hlm. 33.

<sup>4</sup> Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara yang dikutip peneliti tanggal 17 Januari 2017.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Hotel Syailendra Jepara**



*Sumber : Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara, 2017.*

Job Deskripsi :

a. Manager Hotel / Owner

Bapak Eric

b. Food & Beverage Coordinator (Chef)

Syariful Basyir

1) Cook Male

Agus Ribowo

- 2) *Cook Helper*  
Anna Yulianti  
Muslikhah
- 3) *Waiteress*  
Siti Nur Asih  
Ulya Sabiela
- 4) *Waiter*  
Arief Andriyana  
Achmad Syaiful  
Aswin  
Galih
- c. *Front Office Coordinator*<sup>5</sup>  
Achmad Sholeh
  - 1) *Front Office All Rounder (Male)*  
Nasikhul Amin  
Mukhammad Khairuzzad  
Ahmad Hilal
  - 2) *Front Office All Rounder (Female)*  
Ida Susanti  
Dyah Sari Febriani
- d. *House Keeping Coordinator*  
Wisnu Hatomo P.
  - 1) *House Keeping Shift Leader*  
Romli
  - 2) *House Keeping All Rounder*  
Han Satriyo  
Ahmad Khoirur Rois  
Ade Rahmat  
Faisal  
Asro

---

<sup>5</sup> Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara yang dikutip peneliti tanggal 17 Januari 2017.

e. *General Casier & Account Receivable*

Bu Eny

1) *Income Audit & Account Payable*

Fani Anggi Rarici

2) *Purchasing*

Rahmad Andy Irawan

f. *Human Resources Dept*

Mr. Linerdo

1) *Chief Engineering*

Abdul Aziz

2) *Chief Security*

Budi Sulisty

Bambang Sulisty

Suhari Riyanto

### 3. Fasilitas Layanan

Sebagai hotel yang mengutamakan pelayanan, Hotel Syailendra Jeora memberikan fasilitas sebagai berikut:<sup>6</sup>

a. Akomodasi

Hotel ini menawarkan penyewaan sepeda dan menyewa mobil. Bagi pelaku bisnis atau *traveler*, fasilitas ini sangat menguntungkan dan sangat membantu, mengingat kota Jepara adalah kota dengan banyak wilayah pariwisata, tentunya akan membantu bagi mereka yang ingin sekedar jalan – jalan disekitar kota Jepara.

b. Restoran

Dengan menawarkan makanan dari berbagai wilayah Indonesia dan dunia, *western* maupun makanan *Chinese*, pelanggan tidak perlu repot repot untuk mencari makanan jika menginap di Hotel Syailendra.

---

<sup>6</sup> Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara yang dikutip peneliti tanggal 17 Januari 2017.

## c. Kamar Nyaman

Kamar mencakup TV layar datar dengan saluran satelit. Setiap kamar dilengkapi dengan kamar mandi pribadi dilengkapi dengan shower. Untuk kenyamanan anda akan menemukan sandal dan perlengkapan mandi gratis. Ada juga meja depan 24-jam di properti

## d. Fasilitas lain

Adapun fasilitas lain yang diberikan kepada para pengguna Hotel Syailendra di antaranya adalah:<sup>7</sup>

- 1) Wi Fi Gratis
- 2) Barbekyu dan teras matahari
- 3) Kamar mandi pribadi dilengkapi dengan shower
- 4) Varian makanan lengkap mulai dari makanan tradisional, Chinese maupun western.

## e. Daftar Harga

**Tabel 4.1**  
**Data Harga Room / Rate Sheet**  
**Hotel Syailendra**

Room Type	Room Size	Bed Type	Room Available	Rate
Superior	18 M <sup>2</sup>	King & Twin	13	IDR 320.000,-
Deluxe	23 M <sup>2</sup>	King & Twin	22	IDR 375.000,-
Junior Suite	25 M <sup>2</sup>	King	1	IDR 475.000,-
Nareswari Suit	48 M <sup>2</sup>	King	1	IDR 520.000,-
Syailendra Suit	107 M <sup>2</sup>	Double King	1	IDR 900.000,-

## B. Hasil Penelitian

### 1. Penerapan *E-Commerce* di Hotel Syailendra Jepara

Penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara dilakukan dalam 3 aplikasi utama yang pertama *electronic market* yaitu menawarkan jasa melalui teknologi informasi untuk menyajikan penawaran pada segmen tertentu dengan menggunakan situs [traveloka.com](http://traveloka.com) dan [booking.com](http://booking.com). Kedua *electronic data interchange* yaitu sarana untuk mengefisienkan

<sup>7</sup> Data dokumentasi Hotel Syailendra Jepara yang dikutip peneliti tanggal 17 Januari 2017.

pertukaran data transaksi reguler dalam hal ini data pemesanan serta data nomor rekening konsumen yang telah tersimpan dalam data base traveloka.com dan booking.com yang kemudian diteruskan untuk ditindaklanjuti oleh *front officer* Hotel Syailendra Jepara. *Ketiga internet commerce* yaitu penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk kegiatan komersial seperti iklan dalam penjualan jasa layanan Hotel Syailendra Jepara menggunakan situs traveloka.com dan booking.com dan transaksi yang berupa pemesanan layanan hotel dengan menentukan terlebih dahulu tanggal check in dan check out sesuai keinginan konsumen.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Hotel Syailendra Jepara memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi untuk mempermudah proses reservasi dengan memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai harapan konsumen.<sup>8</sup> Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“*E-commerce* diterapkan di Hotel Syailendra Jepara dengan tiga aplikasi utama yaitu *electronic market, electronic data interchange*, dan *internet commerce* yang masing-masing bagian tersebut memiliki fungsi dan tugas masing-masing.”<sup>9</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Saya bertugas menerima pemesanan kamar hotel sebagaimana data yang telah diberikan oleh traveloka.com dan booking.com sehingga selama jam kerja saya berkewajiban untuk melakukan update secara terus menerus pada kedua situs tersebut untuk mengantisipasi adanya pemesanan kamar hotel menggunakan situs tersebut.”<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Hasil observasi peneliti pada Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017.

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

Untuk penjelasan masing-masing transaksi *e-commerce* yang digunakan oleh Hotel Syailendra Jepara akan dibahas pada penjelasan berikut :

a. *Electronic Markets* (EMs)

Aplikasi *electronic markets* yang dilakukan oleh Hotel Syailendra Jepara merupakan sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan atau menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga konsumen atau pengguna jasa dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“*Electronic markets* yang dilaksanakan oleh Hotel Syailendra Jepara adalah dengan memasukkan jasa dan jasanya yang berupa fasilitas ruangan VIP, VVIP dan biasa pada beberapa situs pencarian hotel antara lain *traveloka.com* dan *booking.com*.”<sup>11</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Saya bertugas menerima pemesanan kamar hotel sebagaimana data yang telah diberikan oleh *traveloka.com* dan *booking.com* sehingga selama jam kerja saya berkewajiban untuk melakukan up-date secara terus menerus pada kedua situs tersebut untuk mengantisipasi adanya pemesanan kamar hotel menggunakan situs tersebut.”<sup>12</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Sebenarnya *traveloka.com* bisa diakses melalui *smartphone* dan komputer yang tersambung dengan jaringan internet, namun kebetulan saya sudah memiliki aplikasi ini di

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

smartphone sehingga lebih memudahkan saya untuk melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara.”<sup>13</sup>

Dalam pengertian lain *Electronic Markets* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan konsumen atau pengguna jasa untuk bertukar informasi tentang harga dan jasa yang ditawarkan. Dalam pengertian lain *Electronic Markets* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan konsumen atau pengguna jasa untuk bertukar informasi tentang harga dan jasa yang ditawarkan.

b. *Electronic Data Interchange (EDI)*

*Electronic Data Interchange* yang dilakukan oleh Hotel Syailendra Jepara merupakan sarana untuk megefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi regular yang berulang dalam jumlah besar antar organisasi-organisasi sosial. *Electronic Data Interchange* memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa melakukan *hard copy*, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur, yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Proses mengefisienkan pertukaran data-data transaksi regular (*electonic data interchange*) yang dilaksanakan di Hotel Syailendra Jepara dilakukan dengan cara calon tamu menginput data tentang nama kota atau hotel tujuan, tanggal *check in*, tanggal *check out*, berapa jumlah kamar yang dipesan, untuk dewasa atau untuk anak-anak.”<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Proses booking oleh konsumen jika menggunakan aplikasi booking.com dilakukan dengan cara konsumen mengakses situs booking.com untuk kemudian mengisi nama kota atau nama hotel yang kemudian mengisi tanggal check in dan tanggal check out serta jenis kamar yang dipesan kemudian konsumen akan dihadapkan dengan pilihan pembayaran yang antara lain menggunakan kartu kredit, kartu debit.”<sup>15</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Proses pembayaran saat saya menggunakan aplikasi booking.com dalam melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara adalah dengan menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) pada bank tertentu yang berlaku di Indonesia.”<sup>16</sup>

Hasil observasi yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa *Electronic Data Interchange* pada Hotel Syailendra Jepara merupakan transfer data terstruktur dengan format standar yang lebih disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik. *Electronic Data Interchange* sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dengan para pelanggan mereka.<sup>17</sup>

### c. *Internet Commerce*

*Internet commerce* yang dilakukan oleh Hotel Syailendra Jepara merupakan penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>17</sup> Hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017.

iklan dalam penjualan jasa dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan atau konsumen atau pengguna jasa dimana jasa akan diproses setelah uang ditransfer ke rekening pihak hotel. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa jasa tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Penggunaan internet berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dilaksanakan di Hotel Syailendra Jepara adalah untuk tujuan komersial misalnya menayangkan iklan tentang jasa dan jasa Hotel Syailendra Jepara pada situs *traveloka.com* dan *booking.com* sedangkan untuk kegiatan transaksi yaitu calon tamu dapat memesan layanan kamar dengan memilih tanggal *check in* dan tanggal *check out* pada situs tersebut.”<sup>18</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Proses upload gambar layanan jika menggunakan aplikasi *booking.com* dilakukan setiap satu minggu sekali yang memuat foto-foto tentang Hotel Syailendra Jepara misalnya foto halaman depan, foto masing-masing jenis kamar, kamar superior, kamar deluxe, acara yang diselenggarakan di restoran Hotel Syailendra Jepara.”<sup>19</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Saya memiliki aplikasi *traveloka.com* pada *smartphone* yang saya miliki sehingga saya tinggal membuka aplikasi tersebut kemudian mengetik Jepara sebagai kota tujuan, mengisi tanggal *check in*, mengisi tanggal *check out* dan jenis kamar yang saya cari kemudian pilih oke. Kemudian berbagai pilihan

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

muncul tapi saya memilih Hotel Syailendra Jepara dan melakukan reservasi dengan memasukkan data pribadi sesuai dengan kartu tanda pengenal yang saya miliki.”<sup>20</sup>

Hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Hotel Syailendra Jepara menunjukkan bahwa harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka *outlet retail* di berbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan jasa yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah; serta konsumen atau pengguna jasa melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang di tempat pemesanan.<sup>21</sup>

## 2. Kendala penerapan *E-Commerce* di Hotel Syailendra Jepara

Kendala penerapan *E-Commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah koneksi internet dan sistem pembayaran. Bagi pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara yang berada di wilayah pelosok akan mengalami kendala koneksi internet jika akan melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara. Kendala selanjutnya adalah sistem pembayaran, meskipun sistem pembayaran reservasi menggunakan situs *traveloka.com* dan *booking.com* cenderung mudah yaitu dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit dan kartu ATM namun pada kenyataannya terdapat pengguna yang merasa kesulitan dan bingung untuk melakukan pembayaran pada media tersebut. Disamping itu berbagai pilihan hotel yang ada di situs tersebut menjadikan calon tamu cenderung bingung menentukan pilihannya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Kendala penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah banyaknya hotel sejenis di kabupaten Jepara yang juga menggunakan layanan iklan di situs *traveloka.com* dan

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>21</sup> Hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017.

booking.com sehingga calon tamu cenderung bingung dalam menentukan pilihannya untuk menginap di hotel yang mana.”<sup>22</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Kendala penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah jaringan komputer yang tidak memadai, tingginya persaingan antara usaha perhotelan khususnya di Kabupaten Jepara.”<sup>23</sup>

Untuk penjelasan masing-masing kendala yang dihadapi Hotel Syailendra Jepara dalam penerapan *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing yang meliputi ketidakstabilan koneksi internet dan sistem pembayaran akan dijelaskan pada penjelasan sebagai berikut :

a. Ketidakstabilan koneksi internet

Kendala koneksi internet bagi pengguna jasa traveloka.com dan booking.com yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara yang berada di daerah perkotaan mungkin koneksi internet bukan menjadi kendala. Namun bagi pengguna jasa traveloka.com dan booking.com yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara yang tinggal di daerah pinggiran, koneksi internet masih sangat terbatas. Sehingga hal tersebut merupakan kendala tersendiri bagi penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing Hotel Syailendra Jepara. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Kendala koneksi internet pada penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah kurang stabilnya sinyal dari jaringan yang digunakan oleh Hotel Syailendra Jepara sehingga kadang tidak terhubung dengan server traveloka.com dan booking.com”<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>24</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Kendala koneksi internet pada penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah perbedaan jenis sinyal yang dipergunakan di dalam negeri dengan sinyal di luar negeri. Sehingga *front officer* harus *ontime* di depan komputer untuk mengecek apakah ada order yang masuk.”<sup>25</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Saya menggunakan aplikasi *booking.com* dalam melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara dengan mengaksesnya menggunakan *smartphone* yang saya miliki karena saya sudah menginstal aplikasi *booking.com* untuk keperluan reservasi hotel.”<sup>26</sup>

Dengan adanya kendala tersebut bagi pengguna jasa *traveloka.com* dan *booking.com* yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara diharapkan memanfaatkan modem internet yang saat ini sudah banyak dijasasi para provider komunikasi dengan cara memilih modem yang memiliki sinyal paling bagus di daerah kita sehingga koneksi internet jua tidak terhambat. Di era teknologi komunikasi yang semakin maju ini rasanya tidak terlalu sulit mencari modem atau provider sesuai dengan kebutuhan kita.

b. Metode pembayaran

Metode pembayaran sering kali menjadi alasan pengguna jasa *traveloka.com* dan *booking.com* yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara yang memutuskan untuk melakukan resevasi ataupun sebaliknya. Karena pengguna jasa diwajibkan untuk memiliki rekening bank, internet banking, mobile banking, maupun kartu

---

<sup>25</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>26</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

kredit. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Kendala metode pembayaran pada penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah meskipun penggunaan kartu kredit, kartu debit serta ATM sudah cukup familiar di masyarakat namun ada sebagian calon tamu yang menyatakan cukup membingungkan untuk melakukan reservasi Hotel Syailendra Jepara menggunakan situs traveloka.com dan booking.com.”<sup>27</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Kendala metode pembayaran pada penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah banyak orang tua yang melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara malas menggunakan uang elektronik karena terlalu rumit sehingga mereka lebih suka membayar dengan uang tunai.”<sup>28</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Proses pembayaran saat saya menggunakan aplikasi traveloka.com dalam melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara adalah dengan menggunakan kartu debit bank tertentu yang berlaku di Indonesia.”<sup>29</sup>

Bila bicara pembayaran penyedia layanan seperti traveloka.com dan booking.com memang mengandalkan transaksi non tunai dalam proses pembayarannya, padahal fakta di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat masih mengandalkan pembayaran tunai dan edukasi tentang sistem pembayaran alternatif. Sehingga modal pembayaran non tunai belum dapat diterima secara menyeluruh

---

<sup>27</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>28</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>29</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

oleh masyarakat di Indonesia. Oleh sebab itu diharapkan bagi pemerintah untuk lebih gencar melakukan sosialisasi tentang penggunaan metode pembayaran non tunai untuk mempermudah melakukan reservasi hotel pada situs traveloka.com dan booking.com.

### 3. Analisis *E-Commerce* dalam meningkatkan daya usaha di Hotel Syailendra Jepara

Penggunaan *e-commerce* oleh Hotel Syailendra Jepara yang meliputi *electronik markets* yaitu penetapan segmen pasar sebagai hotel bintang dua di kota Jepara pada situs traveloka.com dan booking.com, *electonic data interchange* yaitu pertukaran data pribadi pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat melakukan pembayaran jasa hotel dan *internet commerce* yaitu penayangan iklan pada situs traveloka.com dan booking.com terbukti mampu meningkatkan daya saing Hotel Syailendra Jepara yang bisa dilihat dengan indikator lokasi Hotel Syailendra Jepara yang strategis yaitu berada di pusat kota Jepara sehingga mudah untuk mengakses tempat-tempat penting dalam waktu yang relatif singkat, harga kamar yang terjangkau yang mampu bersaing dengan hotel lain, pelayanan karyawan yang memuaskan, fasilitas kamar dan layanan yang berkualitas, serta penerapan promosi misalnya pemberian harga khusus pada hari-hari besar keagamaan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“*E-commerce* terbukti mampu meningkatkan daya saing Hotel Syailendra Jepara karena hotel mampu mengikuti perkembangan jaman dan teknologi yang semakin memudahkan pelanggan untuk menggunakan layanan pemesanan hotel melalui situs traveloka.com dan booking.com sehingga pelanggan tidak perlu lagi datang secara langsung ke hotel untuk melakukan reservasi.”<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Hotel Syailendra Jepara terbukti mampu meningkatkan keunggulan bersaing dengan memanfaatkan segala kelebihan yang dia punya, dengan memanfaatkan kesempatan dalam usaha perhotelan di Kabupaten Jepara bertarung melawan persaingan serta menghindari kelemahan yang dia punya.”<sup>31</sup>

Untuk penjelasan masing-masing indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara dalam penerapan *e-commerce* yang meliputi lokasi, harga, pelayanan, fasilitas dan promosi akan dijelaskan pada penjelasan sebagai berikut :

a. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Letak atau lokasi akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Lokasi Hotel Syailendra Jepara sebagai faktor utama dalam keunggulan bersaing pada usaha perhotelan tergolong strategis karena terletak di tengah-tengah pusat kota Jepara tepatnya Jl. Hos Cokroaminoto no 27, Jepara, Jepara, Indonesia 59417. Hanya 5 menit untuk menuju Alun-alun kota jepara, 5 menit menuju Pantai Kartini Jepara dan 10 – 15 menit menuju Kawasan Wisata Pantai Bandengan dan Jepara Ocean Park.”<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>32</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Lokasi Hotel Syailendra Jepara sangat strategis terletak di tengah-tengah pusat kota Jepara sehingga memudahkan tamu untuk mobilitasnya karena membutuhkan waktu yang pendek untuk mengakses tempat-tempat wisata di kabupaten Jepara.”<sup>33</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Saya menggunakan aplikasi booking.com dalam melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara selama beberapa kali yang terakhir kali ini untuk keperluan berlibur dengan keluarga di pantai yang ada di Jepara.”<sup>34</sup>

b. Harga

Harga sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan jasa atau jasa tersebut. Harga menentukan apakah sebuah hotel banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Harga atau tarif kamar Hotel Syailendra Jepara sebagai faktor utama dalam keunggulan bersaing beragam. Tergantung dengan jenis ruang dan jenis *bed type*. Untuk superior room dengan jenis bed king dan kwin dibandrol dengan harga Rp 320.000/malam, untuk tipe deluxe room dengan jenis bed king dan kwin dibandrol dengan harga Rp 375.000/malam.”<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>34</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>35</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Harga atau tarif kamar Hotel Syailendra Jepara mampu bersaing dengan hotel-hotel yang lain di kabupaten Jepara karena harga atau tarif kamar di Hotel Syailendra Jepara berkisar mulai Rp. 315.000 hingga Rp. 900.000 dengan kamar yang nyaman dan fasilitas WiFi gratis.”<sup>36</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Ya, adanya situs traveloka.com mempermudah saya untuk melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara karena saya tidak perlu datang langsung ke hotel untuk memesan kamar tinggal mengakses aplikasi tersebut secara otomatis saya sudah melakukan observasi pada hotel yang saya inginkan.”<sup>37</sup>

#### c. Pelayanan

Program pelayanan / *service* sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola hotel. Pelayanan melalui jasa berarti konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan jasa yang ada, jasa yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan, tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Pelayanan yang diberikan karyawan Hotel Syailendra Jepara sebagai faktor dalam keunggulan bersaing sangat baik karena sesuai dengan visi misi dengan Hotel Syailendra Jepara yang

---

<sup>36</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>37</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

memiliki tujuan untuk memberi pelayanan yang memuaskan untuk konsumen.”<sup>38</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Pelayanan Hotel Syailendra Jepara mampu meningkat dengan penerapan *e-commerce*, hal tersebut dikarenakan jika konsumen ingin melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara, konsumen tidak perlu bersusah payah datang untuk melakukan reservasi tetapi hanya cukup dengan melakukan reservasi pada situs *traveloka.com* dan *booking.com*.”<sup>39</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Adanya situs *booking.com* sangat membantu saya untuk melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara khususnya pada masa liburan sehingga saya mampu memperoleh kamar hotel sesuai harapan.”<sup>40</sup>

d. Mutu atau Kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh kualitas jasa yang dihasilkan perusahaan. Berkenaan dengan kualitas jasa sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara ditunjukkan oleh kesesuaian spesifikasi desain dengan fungsi atau kegunaan jasa itu sendiri, dan juga kesesuaian jasa dengan spesifikasi desainnya. Jadi suatu perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan jasa yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

---

<sup>38</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>39</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>40</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

“Fasilitas kamar Hotel Syailendra Jepara sangat bermutu karena ruangan pada setiap kamar di desain menggunakan mebel yang berkualitas yang didukung dengan tv layar datar dengan saluran satelit, setiap kamar juga dilengkapi dengan kamar mandi pribadi dan dilengkapi dengan shower.”<sup>41</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Fasilitas kamar Hotel Syailendra Jepara berkualitas pada setiap kamar terdapat WiFi gratis, terdapat teras yang menghadap ke arah matahari, disetiap kamar terdapat tv layar datar dengan saluran satelit sehingga konsumen dapat mengakses acara tv luar negeri dengan leluasa.”<sup>42</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Karena saya ingin mengetahui hotel mana saja di Jepara yang memiliki paket kamar yang harganya terjangkau dengan fasilitas yang sesuai dan kebetulan saya menjatuhkan pilihan kepada Hotel Syailendra Jepara.”<sup>43</sup>

e. Promosi

Promosi sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara merupakan salah satu strategi pemasaran yang wajib dilakukan setiap usaha. Semakin sering suatu hotel melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain. Promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan jasa, yang mana promosi penjualan ini mencakup suatu variasi yang luas dari alat-alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang

---

<sup>41</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>42</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>43</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

lebih cepat, atau yang lebih kuat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa :

“Promosi yang dilakukan Hotel Syailendra Jepara sebagai faktor dalam keunggulan bersaing dengan melakukan ketiga aspek utama yaitu melakukan penjualan pribadi, membeirkan diskon dan potongan harga tertentu pada hari-hari besar nasional dan keagamaan serta melakukan promosi dengan menayangkan iklan pada situs pencarian hotel seperti traveloka.com dan booking.com.”<sup>44</sup>

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Promosi yang dilakukan Hotel Syailendra Jepara adalah memberikan potongan harga dan diskon pada hari-hari tertentu serta memberikan harga paket untuk keluarga yang lebih murah jika dibanding dengan reservasi satuan.”<sup>45</sup>

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa :

“Sebenarnya kita dapat mengakses aplikasi booking.com menggunakan perangkat komputer, laptop maupun *smartphone* yang sudah terinstal dengan aplikasi booking.com.”<sup>46</sup>

## C. Analisis

### 1. Penerapan *E-Commerce* di Hotel Syailendra Jepara

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara keadaan dengan teori penerapan *e-commerce* pada perusahaan jasa yang meliputi 3 aplikasi utama yang pertama *electronic market* yaitu dengan menawarkan jasa dan jasa menggunakan teknologi

---

<sup>44</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>45</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

informasi dan teknologi komunikasi untuk menyajikan penawaran pada segmen tertentu dengan menggunakan situs *traveloka.com* dan *booking.com*. Kedua *electronic data interchange* yaitu sarana untuk mengefisienkan pertukaran data transaksi reguler dalam hal ini data pemesanan serta data nomor rekening konsumen yang telah tersimpan dalam data base *traveloka.com* dan *booking.com* yang kemudian diteruskan untuk ditindaklanjuti oleh *front officer* Hotel Syailendra Jepara. Ketiga *internet commerce* yaitu penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk kegiatan komersial seperti iklan dalam penjualan jasa layanan Hotel Syailendra Jepara menggunakan situs *traveloka.com* dan *booking.com* dan transaksi yang berupa pemesanan layanan hotel dengan menentukan terlebih dahulu tanggal check in dan check out sesuai keinginan konsumen.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Hotel Syailendra Jepara memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi untuk mempermudah proses reservasi dengan memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai harapan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa *E-commerce* diterapkan di Hotel Syailendra Jepara dengan tiga aplikasi utama yaitu *electronic market*, *electronic data interchange*, dan *internet commerce* yang masing-masing bagian tersebut memiliki fungsi dan tugas masing-masing.<sup>47</sup>

Untuk penjelasan masing-masing transaksi *e-commerce* yang digunakan oleh Hotel Syailendra Jepara akan dibahas pada penjelasan berikut :

a. *Electronic Markets* (EMs)

Aplikasi *electronic markets* yang dilakukan oleh Hotel Syailendra Jepara merupakan sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan atau menyajikan

---

<sup>47</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga konsumen atau pengguna jasa dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan.<sup>48</sup> Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa beliau bertugas menerima pemesanan kamar hotel sebagaimana data yang telah diberikan oleh traveloka.com dan booking.com sehingga selama jam kerja saya berkewajiban untuk melakukan up-date secara terus menerus pada kedua situs tersebut untuk mengantisipasi adanya pemesanan kamar hotel menggunakan situs tersebut.

Dalam pengertian lain *Electronic Markets* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan konsumen atau pengguna jasa untuk bertukar informasi tentang harga dan jasa yang ditawarkan. Dalam pengertian lain *Electronic Markets* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan konsumen atau pengguna jasa untuk bertukar informasi tentang harga dan jasa yang ditawarkan.<sup>49</sup>

b. *Electronic Data Interchange* (EDI)

*Electronic Data Interchange* yang dilakukan oleh Hotel Syailendra Jepara merupakan sarana untuk megefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi regular yang berulang dalam jumlah besar antar organisasi-organisasi sosial. *Electronic Data Interchange* memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa melakukan *hard copy*, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur, yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara

---

<sup>48</sup> Nuryani, *E-commerce*. dalam berita pajak No.1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001, hlm. 2

<sup>49</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

elektronik.<sup>50</sup> Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa Proses pembayaran saat beliau menggunakan aplikasi booking.com dalam melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara adalah dengan menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) pada bank tertentu yang berlaku di Indonesia.<sup>51</sup>

*Electronic Data Interchange* merupakan transfer data terstruktur dengan format standar yang lebih disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik. *Electronic Data Interchange* sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dengan para pelanggan mereka.

c. *Internet Commerce*

*Internet commerce* yang dilakukan oleh Hotel Syailendra Jepara merupakan penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan jasa dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan atau konsumen atau pengguna jasa dimana jasa akan diproses setelah uang ditransfer ke rekening pihak hotel. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa jasa tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet.<sup>52</sup> Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa Penggunaan internet berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dilaksanakan di Hotel Syailendra Jepara adalah untuk tujuan komersial misalnya menayangkan iklan tentang jasa dan jasa Hotel Syailendra Jepara pada situs traveloka.com dan booking.com sedangkan untuk kegiatan

---

<sup>50</sup> Nuryani, *E-commerce*. dalam berita pajak No.1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001, hlm. 2.

<sup>51</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 18 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>52</sup> Nuryani, *E-commerce*. dalam berita pajak No.1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001, hlm. 2.

transaksi yaitu calon tamu dapat memesan layanan kamar dengan memilih tanggal *check in* dan tanggal *check out* pada situs tersebut.

Harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka *outlet retail* di berbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan jasa yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah; serta konsumen atau pengguna jasa akan melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang di tempat pemesanan.<sup>53</sup>

## 2. Kendala penerapan *E-Commerce* di Hotel Syailendra Jepara

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara keadaan dengan teori kendala penerapan *e-commerce* pada perusahaan jasa koneksi internet dan sistem pembayaran. Bagi pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara yang berada di wilayah pelosok akan mengalami kendala koneksi internet jika akan melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara. Kendala selanjutnya adalah sistem pembayaran, meskipun sistem pembayaran reservasi menggunakan situs *traveloka.com* dan *booking.com* cenderung mudah yaitu dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit dan kartu ATM namun pada kenyataannya terdapat pengguna yang merasa kesulitan dan bingung untuk melakukan pembayaran pada media tersebut.

Disamping itu berbagai pilihan hotel yang ada di situs tersebut menjadikan calon tamu cenderung bingung menentukan pilihannya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa Kendala penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah banyaknya hotel sejenis di kabupaten Jepara yang juga menggunakan layanan iklan di situs *traveloka.com* dan *booking.com* sehingga calon tamu cenderung bingung dalam menentukan pilihannya untuk menginap di hotel yang mana.

---

<sup>53</sup> Nuryani, *Op.Cit.*, hlm. 2.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa Kendala penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah jaringan komputer yang tidak memadai, tingginya persaingan antara usaha perhotelan khususnya di Kabupaten Jepara.<sup>54</sup>

Untuk penjelasan masing-masing kendala yang dihadapi Hotel Syailendra Jepara dalam penerapan *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing yang meliputi ketidakstabilan koneksi internet dan sistem pembayaran akan dijelaskan pada penjelasan sebagai berikut :

a. Ketidakstabilan koneksi internet

Kendala koneksi internet bagi pengguna jasa traveloka.com dan booking.com yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara yang berada di daerah perkotaan mungkin koneksi internet bukan menjadi kendala. Namun bagi pengguna jasa traveloka.com dan booking.com yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara yang tinggal di daerah pinggiran, koneksi internet masih sangat terbatas. Sehingga hal tersebut merupakan kendala tersendiri bagi penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing Hotel Syailendra Jepara.<sup>55</sup> Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa Kendala koneksi internet pada penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah kurang stabilnya sinyal dari jaringan yang digunakan oleh Hotel Syailendra Jepara sehingga kadang tidak terhubung dengan server traveloka.com dan booking.com.

Dengan adanya kendala tersebut bagi pengguna jasa traveloka.com dan booking.com yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara diharapkan memanfaatkan modem internet yang saat ini sudah banyak dijasasi para provider komunikasi dengan

---

<sup>54</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

<sup>55</sup> Nuryani, *E-commerce*. dalam berita pajak No.1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001, hlm. 2

cara memilih modem yang memiliki sinyal paling bagus di daerah kita sehingga koneksi internet jua tidak terhambat. Di era teknologi komunikasi yang semakin maju ini rasanya tidak terlalu sulit mencari modem atau provider sesuai dengan kebutuhan kita.

b. Metode pembayaran

Metode pembayaran sering kali menjadi alasan pengguna jasa traveloka.com dan booking.com yang akan melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara yang memutuskan untuk melakukan resevasi ataupun sebaliknya. Karena pengguna jasa diwajibkan untuk memiliki rekening bank, internet banking, mobile banking, maupun kartu kredit.<sup>56</sup> Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa kendala metode pembayaran pada penerapan *e-commerce* di Hotel Syailendra Jepara adalah banyak orang tua yang melakukan reservasi di Hotel Syailendra Jepara malas menggunakan uang elektronik karena terlalu rumit sehingga mereka lebih suka membayar dengan uang tunai.

Bila bicara pembayaran penyedia layanan seperti traveloka.com dan booking.com memang mengandalkan transaksi non tunai dalam proses pembayarannya, padahal fakta di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat masih mengandalkan pembayaran tunai dan edukasi tentang sistem pembayaran alternatif. Sehingga modal pembayaran non tunai belum dapat diterima secara menyeluruh oleh masyarakat di Indonesia. Oleh sebab itu diharapkan bagi pemerintah untuk lebih gencar melakukan sosialisasi tentang penggunaan metode pembayaran non tunai untuk mempermudah melakukan reservasi hotel pada situs traveloka.com dan booking.com.

---

<sup>56</sup> Nuryani, *E-commerce*. dalam berita pajak No.1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001, hlm. 2

### 3. Analisis *E-Commerce* dalam meningkatkan daya usaha di Hotel Syailendra Jepara

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara keadaan dengan teori penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing sebuah perusahaan. Penggunaan *e-commerce* oleh Hotel Syailendra Jepara yang meliputi *electronik markets* yaitu penetapan segmen pasar sebagai hotel bintang dua di kota Jepara pada situs [traveloka.com](http://traveloka.com) dan [booking.com](http://booking.com), *electonic data interchange* yaitu pertukaran data pribadi pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat melakukan pembayaran jasa hotel dan *internet commerce* yaitu penayangan iklan pada situs [traveloka.com](http://traveloka.com) dan [booking.com](http://booking.com) terbukti mampu meningkatkan daya saing Hotel Syailendra Jepara yang bisa dilihat dengan indikator lokasi Hotel Syailendra Jepara yang strategis yaitu berada di pusat kota Jepara sehingga mudah untuk mengakses tempat-tempat penting dalam waktu yang relatif singkat, harga kamar yang terjangkau yang mampu bersaing dengan hotel lain, pelayanan karyawan yang memuaskan, fasilitas kamar dan layanan yang berkualitas, serta penerapan promosi misalnya pemberian harga khusus pada hari-hari besar keagamaan.

Untuk penjelasan masing-masing indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara dalam penerapan *e-commerce* yang meliputi lokasi, harga, pelayanan, fasilitas dan promosi akan dijelaskan pada penjelasan sebagai berikut :

#### a. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Letak atau lokasi akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga

akan membeli, tapi persentasenya kecil.<sup>57</sup> Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa Lokasi Hotel Syailendra Jepara sebagai faktor utama dalam keunggulan bersaing pada usaha perhotelan tergolong strategis karena terletak di tengah-tengah pusat kota Jepara tepatnya Jl. Hos Cokroaminoto no 27, Jepara, Jepara, Indonesia 59417. Hanya 5 menit untuk menuju Alun-alun kota jepara, 5 menit menuju Pantai Kartini Jepara dan 10 – 15 menit menuju Kawasan Wisata Pantai Bandengan dan Jepara Ocean Park.<sup>58</sup>

b. Harga

Harga sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan jasa atau jasa tersebut. Harga menentukan apakah sebuah hotel banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.<sup>59</sup> Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa Harga atau tarif kamar Hotel Syailendra Jepara mampu bersaing dengan hotel-hotel yang lain di kabupaten Jepara karena harga atau tarif kamar di Hotel Syailendra Jepara berkisar mulai Rp. 315.000 hingga Rp. 900.000 dengan kamar yang nyaman dan fasilitas WiFi gratis.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup> Sunarto, Daya Saing Perusahaan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Sumatera Utara, 2015, hlm. 1.

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>59</sup> Sunarto, *Op.Cit.*, hlm. 1.

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 11.00 WIB.

c. Pelayanan

Program pelayanan / *service* sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola hotel. Pelayanan melalui jasa berarti konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan jasa yang ada, jasa yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan, tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan.<sup>61</sup> Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Bapak Mansyur selaku pengguna jasa Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa Adanya situs booking.com sangat membantu saya untuk melakukan reservasi pada Hotel Syailendra Jepara khususnya pada masa liburan sehingga saya mampu memperoleh kamar hotel sesuai harapan.

d. Mutu atau Kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh kualitas jasa yang dihasilkan perusahaan. Berkenaan dengan kualitas jasa sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara ditunjukkan oleh kesesuaian spesifikasi desain dengan fungsi atau kegunaan jasa itu sendiri, dan juga kesesuaian jasa dengan spesifikasi desainnya. Jadi suatu perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan jasa yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.<sup>62</sup> Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Eric selaku Manajer Hotel Syailendra Jepara yang menyatakan bahwa Fasilitas kamar Hotel Syailendra Jepara sangat bermutu karena ruangan pada setiap kamar di desain menggunakan mebel yang berkualitas yang didukung dengan tv layar datar dengan

---

<sup>61</sup> Sunarto, Daya Saing Perusahaan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Sumatera Utara, 2015, hlm. 1.

<sup>62</sup> *Ibid.*, hlm. 1.

saluran satelit, setiap kamar juga dilengkapi dengan kamar mandi pribadi dan dilengkapi dengan shower.<sup>63</sup>

e. Promosi

Promosi sebagai indikator daya saing Hotel Syailendra Jepara merupakan salah satu strategi pemasaran yang wajib dilakukan setiap usaha. Semakin sering suatu hotel melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain. Promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan jasa, yang mana promosi penjualan ini mencakup suatu variasi yang luas dari alat-alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang lebih cepat, atau yang lebih kuat.<sup>64</sup> Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ahmad Sholeh selaku *front office* Hotel Syailendra Jepara saat dilakukan proses triangulasi yang menyatakan bahwa Promosi yang dilakukan Hotel Syailendra Jepara adalah memberikan potongan harga dan diskon pada hari-hari tertentu serta memberikan harga paket untuk keluarga yang lebih murah jika dibanding dengan reservasi satuan.

---

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Eric selaku manajer Hotel Syailendra Jepara pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 09.00 WIB.

<sup>64</sup> Sunarto, *Op.Cit.*, hlm. 1.