



## The Effect of Pricing on Profitability in the Food And Beverage Department at Discovery Kartika Plaza Hotel

Ni Made Ayu Cintia Sapitri  
Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali  
**Corresponding Author:** Ni Made Ayu Cintia Sapitri  
[ayucintia16@gmail.com](mailto:ayucintia16@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Hotel, Food and Beverage, Pricing, Profitability

*Received :* 20, August

*Revised :* 22, September

*Accepted:* 24, October

©2024 Sapitri: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

A hotel is a place that provides accommodation, food, beverages, and amenities to guests, and serves as a meeting and event location. The hospitality industry, especially in the food and beverage sector, is highly competitive and vulnerable to changes in consumer demand and preferences. To maximize revenue and profitability, hotel managers must implement the right pricing strategy. Pricing is a crucial element that affects the profitability and overall financial health of the food and beverage sector. This study aims to analyze the influence of pricing on profitability at the Lobby Bar Discovery Kartika Plaza Hotel outlet, using quantitative methods. The results of the study show that there is a positive and significant relationship between pricing and profitability. Rising prices in food and beverage departments tend to increase profitability, underscoring the importance of pricing strategies in improving hotel financial performance.

---

## Pengaruh Pricing terhadap Profitabilitas di Food And Beverage Department di Discovery Kartika Plaza Hotel

Ni Made Ayu Cintia Sapitri

Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali

**Corresponding Author:** Ni Made Ayu Cintia Sapitri

[ayucintia16@gmail.com](mailto:ayucintia16@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Hotel, Makanan dan Minuman, Penetapan Harga, Profitabilitas

*Received :* 20, Agustus

*Revised :* 22, September

*Accepted:* 24, Oktober

©2024 Sapitri: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Hotel adalah tempat yang menyediakan akomodasi, makanan, minuman, dan fasilitas untuk tamu, serta berfungsi sebagai lokasi pertemuan dan acara. Industri perhotelan, terutama di food and beverage department, sangat kompetitif dan rentan terhadap perubahan permintaan dan preferensi konsumen. Untuk memaksimalkan pendapatan dan profitabilitas, manajer hotel harus menerapkan strategi pricing yang tepat. Pricing adalah elemen krusial yang mempengaruhi profitabilitas dan kesehatan finansial keseluruhan food and beverage department. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pricing terhadap profitabilitas di outlet Lobby Bar Discovery Kartika Plaza Hotel, menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pricing dan profitabilitas. Peningkatan harga di food and beverage department cenderung meningkatkan profitabilitas, menegaskan pentingnya strategi penetapan harga dalam meningkatkan kinerja finansial hotel.

---

## PENDAHULUAN

Hotel adalah tempat yang menyediakan akomodasi, makanan, minuman, dan fasilitas untuk tamu, serta berfungsi sebagai lokasi pertemuan dan acara (Palayukan et al., 2024). Industri perhotelan, terutama di food and beverage department, sangat kompetitif dan rentan terhadap perubahan permintaan dan preferensi konsumen (Adelia & Asalam, 2024). Untuk memaksimalkan pendapatan dan profitabilitas, manajer hotel harus menerapkan strategi pricing yang tepat. Pricing adalah elemen krusial yang mempengaruhi profitabilitas dan kesehatan finansial keseluruhan food and beverage department. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pricing terhadap profitabilitas di outlet Lobby Bar Discovery Kartika Plaza Hotel, menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pricing dan profitabilitas. Peningkatan harga di food and beverage department cenderung meningkatkan profitabilitas, menegaskan pentingnya strategi penetapan harga dalam meningkatkan kinerja finansial hotel (Nilawati, 2022).

Profitabilitas merupakan hasil dari kebijakan dan keputusan manajemen terkait penggunaan dana perusahaan, yang terlihat dalam laporan neraca (Piasti & Suswandoyo, 2022). Ini adalah indikator kinerja manajemen yang diukur melalui laba perusahaan (Sunnyoto, 2013). Dalam industri perhotelan, profitabilitas departemen food and beverage menjadi faktor penting bagi kesehatan finansial hotel. Discovery Kartika Plaza Hotel, sebagai hotel bintang lima, juga berupaya meningkatkan profitabilitas di departemen ini. Profitabilitas dipengaruhi oleh faktor internal seperti penetapan harga dan efisiensi operasional, serta faktor eksternal seperti persaingan dan kondisi ekonomi. Penelitian tentang hubungan pricing dan profitabilitas di hotel tersebut dapat memberikan wawasan penting bagi manajemen hotel (D. M. Lestari, 2020). Profitabilitas di sini mencakup pendapatan bersih yang dihasilkan dari penjualan makanan dan minuman, dikurangi dengan biaya operasional terkait, seperti bahan baku, upah karyawan, biaya overhead, dan lain sebagainya (Isnaini et al., 2024). Dalam konteks ini, analisis terhadap laporan keuangan dan metrik finansial yang relevan menjadi esensial untuk mengukur kinerja profitabilitas food and beverage department.

Menurut Tjiptono (2020) harga adalah satuan moneter yang ditukar untuk mendapatkan barang atau jasa. Di food and beverage department, strategi pricing dapat bervariasi berdasarkan faktor seperti segmentasi pasar, jenis produk, dan posisi merek. Outlet mewah mungkin menetapkan harga lebih tinggi untuk mencerminkan citra premium, sementara outlet yang lebih santai mungkin lebih fleksibel. Penetapan harga yang tepat memengaruhi perilaku konsumen, volume penjualan, dan margin keuntungan. Misalnya, restoran hotel mempertimbangkan kualitas bahan baku dan biaya tenaga kerja, sementara bar fokus pada promosi dan bundling. Layanan kamar sering kali memiliki harga lebih tinggi karena faktor kenyamanan dan eksklusivitas. (Napitupulu & Situngkir, 2020). (N. Lestari & Syofyan, 2023). (D. M. Lestari, 2020). (Isnaini et al., 2024).

Discovery Kartika Plaza Hotel, sebagai studi kasus dalam penelitian ini, merupakan hotel yang terletak di kawasan pariwisata yang berkembang pesat, sehingga memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan di food and beverage department. Hotel ini memiliki tujuh outlet food and beverage, yakni Kul Kul Pool Bar, El Jardin Steak House, The Pond Restaurant, Sokube, Sunset Lounge, Tupai Bar, dan Lobby Bar. Meskipun harga yang ditawarkan oleh outlet-outlet tersebut relatif sama, terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal pendapatan. Salah satu permasalahan yang muncul adalah rendahnya pendapatan di Lobby Bar dibandingkan dengan outlet lainnya. Berikut merupakan jumlah kunjungan tamu pada outlet food and beverage di Discovery Kartika Plaza Hotel pada tahun 2023 disajikan dalam tabel 1. berikut:

**Tabel.1 Jumlah Kunjungan Tamu Pada Food and Beverage Outlet di Discovery Kartika Plaza Hotel Tahun 2023**

<i>Food and Beverage Outlet</i>	<b>Jumlah Kunjungan Tamu 2023</b>
Sokube	160,167
The Pond Restaurant	153,724
Kul - kul Pool Bar	135,239
Lobby Bar	132,102
Sunset Bar	128,111
El Jardin	101,090
Tupai Bar	71,560

**Tabel.2 Jumlah Penjualan Pada Outlet Food and Beverage Tahun 2023**

<i>Outlet F&amp;B</i>	<b>Penjualan F&amp;B Tahun 2023 (Rupiah)</b>
Sokube	35,880,000.00
Kul - kul Pool Bar	30,500,000.00
The Pond Restaurant	30,350,000.00
El Jardin	29,900,000.00
Sunset Bar	19,940,000.00
Lobby Bar	19,320,000.00
Tupai Bar	17,100,000.00

Sumber: Arsip *Food and Beverage Service Department*,2023

Data penjualan outlet food and beverage The Pond Resort tahun 2023 menunjukkan variasi signifikan. Sokube mencatat penjualan tertinggi sebesar Rp. 35.880.000,00, diikuti Kulkul Pool Bar dengan Rp. 30.500.000,00. Sebaliknya, Lobby Bar meraih Rp. 19.320.000,00, dan Tupai Bar, yang hanya buka saat acara, mencatat penjualan terendah Rp. 17.100.000,00. Meskipun Lobby Bar dan Sunset Bar memiliki menu dan harga serupa, Sunset Bar mencatat penjualan lebih tinggi, menunjukkan bahwa suasana, lokasi, dan pengalaman pelanggan memengaruhi perbedaan kinerja. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi penyebab rendahnya penjualan di Lobby Bar dan menganalisis bagaimana

strategi pricing yang sama dapat menghasilkan hasil yang berbeda, dengan mempertimbangkan faktor seperti lokasi, promosi, dan kualitas layanan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh pricing terhadap profitabilitas di outlet Lobby Bar pada food and beverage department di Discovery Kartika Plaza Hotel. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi pricing yang sama dapat menghasilkan hasil yang berbeda di dua outlet serupa, seperti Lobby Bar dan Sunset Bar. Fokusnya adalah pada faktor non-harga yang mempengaruhi keberhasilan outlet food and beverage. Dengan menggali kasus ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dan praktik terbaik untuk meningkatkan kinerja outlet yang kurang optimal serta mempertahankan kinerja outlet yang berhasil. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan praktis bagi manajemen hotel dan industri perhotelan dalam mengoptimalkan kinerja keuangan departemen makanan dan minuman, serta memperkuat posisi Discovery Kartika Plaza Hotel di pasar perhotelan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Profitabilitas merupakan hasil dari kebijakan dan keputusan manajemen terkait penggunaan dana perusahaan, yang terlihat dalam laporan neraca (Piasti & Suswandoyo, 2022). Ini adalah indikator kinerja manajemen yang diukur melalui laba perusahaan (Sunyoto, 2013). Hotel adalah tempat yang menyediakan akomodasi, makanan, minuman, dan fasilitas untuk tamu, serta berfungsi sebagai lokasi pertemuan dan acara (Palayukan et al., 2024). Industri perhotelan, terutama di food and beverage department, sangat kompetitif dan rentan terhadap perubahan permintaan dan preferensi konsumen (Adelia & Asalam, 2024).

## **METODOLOGI**

Menurut Sugiyono (2020), objek penelitian adalah pihak yang memberikan informasi terkait data penelitian. Objek penelitian ini melibatkan manajer dan seluruh staf food and beverage department di Discovery Kartika Plaza Hotel, dengan total 109 orang, dan lokasi penelitian adalah di Lobby Bar hotel tersebut. Penelitian dilakukan selama periode Juli 2023 hingga Januari 2024, menggunakan data interval yang dapat diukur secara matematis. Data ini mencakup variabel seperti harga produk, pendapatan penjualan, dan faktor lain yang memengaruhi profitabilitas. Analisis statistik seperti mean, median, standar deviasi, dan korelasi digunakan untuk memahami hubungan antara pricing dan profitabilitas di departemen tersebut (Sahir, 2021).

Menurut Kristiyanti (2023), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, seperti melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari manajer dan staff food and beverage department di Discovery Kartika Plaza Hotel untuk memahami strategi pricing dan hubungannya dengan profitabilitas. Kuesioner mengumpulkan informasi tentang strategi pricing, wawancara memberikan wawasan mendalam, dan observasi memberikan data tentang implementasi pricing di lapangan. Sementara itu, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber

yang sudah ada, seperti jurnal, buku, dan dokumen terkait hotel (Kristiyanti, 2023; Hikmawati, 2020). Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup data historis dari catatan internal hotel, seperti harga, volume penjualan, dan pendapatan, serta dokumen internal seperti kebijakan pricing. Data ini diambil dari berbagai media online dan offline yang terpercaya.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama suatu penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2020). Selain itu, menurut Hikmawati (2020) teknik pengumpulan data adalah prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, atau penggunaan sumber data lainnya untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan diantaranya:

### **Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan, menyajikan, dan memberikan informasi yang memudahkan pembaca dalam memahami data (Martias, 2021). Menurut Sugiyono (2020) analisis deskriptif berfungsi untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan secara rinci tanpa bertujuan membuat kesimpulan umum atau generalisasi.

### **Validitas Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan metode penelitian lapangan seperti kuesioner, wawancara, dan dokumentasi Abdullah et al (2022). Sebelum kuesioner didistribusikan, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Setelah kuesioner lolos dari pengujian tersebut dan dianggap memenuhi kriteria, maka kuesioner dinyatakan siap untuk disebar. Proses uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebagai berikut:

### **Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2020) untuk melakukan validitas angket maka menggunakan uji validitas. Suatu data dikatakan valid apabila instrumen yang digunakan dalam pengukuran menunjukkan hasil data yang valid. Sebuah data dikatakan valid apabila instrumen pengukuran dapat membaca atau mengukur variabel yang akan diukur. Sebuah pengujian validitas ditujukan untuk mengetahui valid atau tidaknya tes angket yang digunakan. Apabila suatu barang tidak memenuhi kriteria persyaratan maka data tersebut tidak dapat dilanjutkan. Menurut Sujarweni (2019) kriteria uji validitas yang dilakukan dalam penelitian sebagai berikut :

- a) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  positif, maka item tersebut dapat dinyatakan valid,
- b) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , item tersebut dinyatakan tidak valid.

### **Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2020) Uji realibilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas data dimana instrumen dinyatakan reliabel apabila instrumen dapat menghasilkan data yang sama saat digunakan untuk mengukur objek yang sama secara berulang-ulang. Untuk mencari realibiltas biasanya menggunakan rumus alfa Cronbach. Dengan rumus berikut :

$$r \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (1)$$

Keterangan:

R : Koefisien reability instrument (crobachalfa)

K : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : Total varians butir

$\sigma_t^2$  : Total varians

## HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Data

Discovery Kartika Plaza Hotel, yang awalnya dikenal sebagai Kartika Plaza Beach Hotel, mulai beroperasi di Kuta-Bali pada Juni 1971. Awalnya dimiliki oleh INKOPAD dan dikelola oleh PT. Wisma Kartika dengan 52 kamar bungalow. Pada tahun 1978, jumlah kamar ditambah menjadi 56, dan pada 1982 menjadi 110 kamar standar dan 10 suite, setara hotel bintang tiga. Pada Januari 1989, hotel ini bermitra dengan PT. Kharisma Arya Paksi, berubah menjadi hotel bintang lima dengan 386 kamar dan dikelola oleh PT. AEROWISATA. Peresmian resmi dilakukan pada 3 Maret 1991. Dari 1995 hingga 1998, dikelola oleh PT Jakarta International Hotel, kemudian oleh Discovery Hotel and Resort (DHR) sejak 1999. Nama hotel diubah menjadi Discovery Kartika Plaza setelah renovasi pada 2001. Hotel ini menawarkan 316 kamar dengan desain Bali, berbagai fasilitas, termasuk 3 restoran, 4 bar, Discovery Spa, klub kesehatan, klub anak-anak, ruang konferensi, dan venue multi-fungsi. Terletak di Kuta, dekat atraksi wisata dan Bandara Internasional Ngurah Rai.

Visi hotel adalah "Menjadi pilihan utama hotel bintang lima di Bali," dengan misi meraih kesuksesan bersama karyawan, memastikan kebahagiaan tamu, dan berkomitmen pada peningkatan fasilitas dan layanan. Penelitian ini melibatkan 15 responden dari staf food and beverage, termasuk manajer dan supervisor, untuk menganalisis variabel pricing. Berdasarkan hasil penyebaran dan pengisian kuesioner berdasarkan usia, jumlah dan persentase dapat dilihat pada Tabel 3. berikut:

**Tabel.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20-30	7	46,67
2.	30-40	5	33,33
3.	> 40	3	20,00
Jumlah Total		15	100

Sumber: Penelitian, 2024

Sesuai yang ditampilkan pada Tabel 3. dapat dilihat bahwa jumlah responden pada umumnya merupakan karyawan pada rentang usia 20-30 tahun dengan total sebanyak 7 karyawan atau sebesar 46,67%. Rentang usia 30-40 tahun sebanyak 5 karyawan atau sebesar 33,33% dan untuk usia lebih dari 40 tahun sebanyak 3 orang atau sebesar 20,00%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan departemen F&B Discovery Kartika Plaza Hotel didominasi oleh karyawan dengan usia yang masih produktif. Berdasarkan hasil penyebaran dan pengisian

kuesioner berdasarkan status pekerjaan, jumlah dan persentase dapat dilihat pada Tabel 4. berikut:

**Tabel.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

No.	Status Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Karyawan Tetap	10	66,67
2.	Karyawan Kontrak	5	33,33
<b>Jumlah Total</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 4. menampilkan hasil bahwa responden dengan status pekerjaan karyawan tetap adalah sebanyak 10 karyawan atau sebesar 66,67% dan karyawan kontrak sebanyak 5 karyawan atau 33,33%. Data yang telah didapatkan dalam penelitian ini merupakan data primer dari pengisian kuesioner yang telah dilakukan. Data yang didapatkan akan dilakukan analisis menggunakan bantuan *software SPSS 27 for windows*. Berdasarkan hasil tabulasi data dari jawaban responden terhadap variabel *pricing* yang terdiri dari 12 pernyataan dan direspon oleh 15 orang, dapat disusun tabulasi jumlah pernyataan dari semua responden untuk setiap kategori, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 5. berikut ini.

**Tabel 5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian *Pricing***

Pertanyaan	Skor Jawaban Responden				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
	STS	TS	S	SS			
Penetapan harga menu selalu didasarkan pada analisis biaya produksi	0	1	4	10	15	54	60
	0%	6,67%	26,67%	66,67%	100%		
Penyesuaian harga menu selalu ditinjau berdasarkan biaya bahan baku	0	0	3	12	15	57	60
	0%	0%	20%	80%	100%		
Harga menu diubah dalam satu tahun terakhir	0	1	5	9	15	53	60
	0%	6,67%	33,33%	60%	100%		
Harga menu berpengaruh pada peningkatan jumlah pelanggan	0	1	5	9	15	53	60
	0%	6,67%	33,33%	60%	100%		
Harga menu disesuaikan secara berkala berdasarkan perubahan harga pesaing	0	0	6	9	15	54	60
	0%	0%	40%	60%	100%		
	0	1	2	12	15	56	60

Penetapan harga yang bersaing dengan harga pesaing membantu menarik lebih banyak pelanggan	0%	6,67 %	13,33 %	80%	100%		
Pengaruh harga pesaing terhadap keputusan penetapan harga	0	1	2	12	15	56	60
	0%	6,67 %	13,33 %	80%	100%		
Kontribusi harga yang bersaing terhadap peningkatan laba	0	1	2	12	15	56	60
	0%	6,67 %	13,33 %	80%	100%		
Harga menu disesuaikan berdasarkan tingkat permintaan pelanggan	0	0	4	11	15	58	60
	0%	0%	13,33 %	86,67 %	100%		
Penetapan harga lebih tinggi saat permintaan meningkat berdampak positif pada profitabilitas	0	1	2	12	15	56	60
	0%	6,67 %	13,33 %	80%	100%		
Penetapan harga mengikuti tren permintaan menyebabkan peningkatan margin laba kotor	0	1	2	12	15	56	60
	0%	6,67 %	13,33 %	80%	100%		
Harga disesuaikan berdasarkan permintaan mampu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan profitabilitas	1	0	3	11	15	54	60
	6,67 %	0%	20%	73,33 %	100%		
<b>Jumlah Skor Total</b>						<b>663</b>	<b>720</b>
<b>Persentase Skor</b>						<b>92,08%</b>	

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 5. terkait dengan distribusi jawaban responden terhadap variabel penelitian *pricing* memperoleh nilai sebesar 663 dari 720 atau menunjukkan persentase skor sebesar 92,08%. Berdasarkan garis kontinum maka variabel ini mendapatkan hasil penilaian yang berada pada kategori sangat terpenuhi. Jika disajikan dalam bentuk garis kontinum, nilai persentase skor pada Tabel 6. adalah sebagai berikut:

**Tabel.6 Garis Kontinum Pengaruh *Pricing***

Sangat tidak terpenuhi	Tidak terpenuhi	Terpenuhi	Sangat terpenuhi	Total
25%	43,75%	65,50%	81,25%	100%

**Sumber: Penelitian, 2024**

Berdasarkan hasil tabulasi data dari jawaban responden terhadap variabel profitabilitas yang terdiri dari 12 pernyataan dan direspon oleh 15 orang, dapat disusun tabulasi jumlah pernyataan dari semua responden untuk setiap kategori, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 7. berikut ini.

**Tabel.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian Profitabilitas**

Pertanyaan	Skor Jawaban Responden				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
	STS	TS	S	SS			
Peningkatan profitabilitas setelah penyesuaian harga dilakukan dalam enam bulan terakhir	0	1	5	9	15	53	60
	0%	6,67 %	33,33 %	60%	100%		
Besarnya pengaruh diskon dan promosi harga terhadap profitabilitas	0	1	3	11	15	55	60
	0%	6,67 %	20%	73,33 %	100%		
Strategi <i>pricing</i> berdasarkan analisis kompetitor membantu meningkatkan profitabilitas	0	1	2	12	15	56	60
	0%	6,67 %	13,33 %	80%	100%		
Pengaruh harga saat ini terhadap jumlah pengeluaran operasional yang mempengaruhi profitabilitas	0	0	4	11	15	56	60
	0%	0%	26,67 %	73,33 %	100%		
<b>Jumlah Skor Total</b>						<b>220</b>	<b>240</b>
<b>Persentase Skor</b>						<b>91,67%</b>	

Berdasarkan Tabel 7. terkait dengan distribusi jawaban responden terhadap variabel penelitian profitabilitas memperoleh nilai sebesar 220 dari 240 atau menunjukkan persentase skor sebesar 91,67%. Berdasarkan garis kontinum maka variabel ini mendapatkan hasil penilaian yang berada pada kategori sangat terpenuhi. Jika disajikan dalam bentuk garis kontinum, nilai persentase skor pada Tabel 8. adalah sebagai berikut:

**Tabel.8 Garis Kontinum Pengaruh Profitabilitas**

Sangat tidak terpenuhi	Tidak terpenuhi	Terpenuhi	Sangat terpenuhi	Total
25%	43,75%	65,50%	81,25%	100%

Sumber: Penelitian, 2024

## PEMBAHASAN

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pricing (variabel bebas) dan profitabilitas (variabel terikat) di food and beverage department Discovery Kartika Plaza Hotel. Sampel penelitian terdiri dari 15 orang, termasuk manajer, asisten manajer, sekretaris, dan 11 supervisor F&B. Kuesioner yang digunakan diuji validitasnya untuk memastikan alat ukur dapat mengukur variabel yang dimaksud secara akurat. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan dapat digunakan untuk mengukur hubungan antara pricing dan profitabilitas sesuai tujuan penelitian. Adapun hasil dari uji validitas adalah sebagai berikut ini:

**Tabel.9 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Pricing (X)**

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig.	Keterangan
Pricing (X)	1	0,634	0,412	0,011	Valid
	2	0,714	0,412	0,003	Valid
	3	0,681	0,412	0,005	Valid
	4	0,631	0,412	0,012	Valid
	5	0,634	0,412	0,011	Valid
	6	0,638	0,412	0,011	Valid
	7	0,691	0,412	0,004	Valid
	8	0,584	0,412	0,022	Valid
	9	0,606	0,412	0,017	Valid
	10	0,688	0,412	0,005	Valid
	11	0,557	0,412	0,031	Valid
	12	0,772	0,412	0,000	Valid

Sumber: Penelitian, 2024

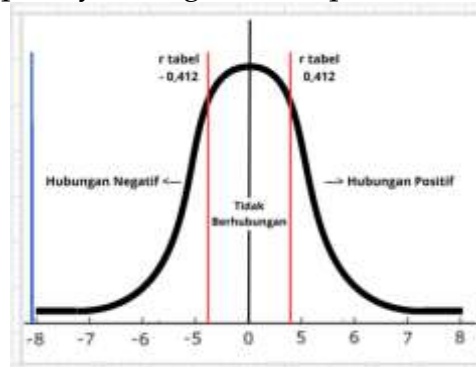
Berdasarkan Tabel 9. hasil uji validitas variabel penelitian pricing (X) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk setiap pernyataan adalah  $< 0,05$  dan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,412) maka dapat disimpulkan bahwa variabel pricing (X) dikatakan valid. Semua butir pertanyaan dalam kuesioner ini dapat digunakan dan dapat dipercaya sebagai bahan penelitian ini. (apa artinya valid).

**Tabel.10 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Profitabilitas (Y)**

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig.	Keterangan
Profitabilitas (Y)	1	0,823	0,412	0,000	Valid
	2	0,893	0,412	0,000	Valid
	3	0,888	0,412	0,000	Valid
	4	0,837	0,412	0,000	Valid

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 10. hasil uji validitas variabel penelitian profitabilitas (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk setiap pernyataan adalah  $< 0,05$  dan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,412) maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (Y) dikatakan valid. Semua butir pertanyaan dalam kuesioner ini dapat digunakan dan dapat dipercaya sebagai bahan penelitian ini.

**Gambar 1. Grafik Distribusi Nilai**

Sumber: Penelitian, 2024

Nilai R hitung dalam penelitian ini berkisar antara 0,557 hingga 0,893, menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara variabel X dan Y. R tabel sebagai batas untuk menentukan signifikansi hubungan adalah -0,412 untuk negatif dan 0,412 untuk positif. Karena semua nilai R hitung lebih besar dari R tabel positif (0,412), dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel-variabel penelitian.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner yang digunakan sebagai indikator variabel. Kuesioner dianggap reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diberikan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  yang berarti jika penelitian dilakukan ulang pada waktu yang berbeda, hasilnya akan tetap sama (Yani et al., 2022). Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut ini:

**Tabel.11 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Pricing (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	12

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 11. hasil uji reliabilitas variabel penelitian *pricing* (X) menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap pertanyaan > 0,60 yaitu 0,870. Kesimpulan dari hasil uji reliabilitas menyimpulkan bahwa setiap pertanyaan dikatakan reliabel. Artinya kuseioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang handal.

**Tabel.12 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Profitabilitas (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.877	4

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 12. hasil uji reliabilitas variabel penelitian profitabilitas (Y) menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap pertanyaan > 0,60 yaitu 0,877. Kesimpulan dari hasil uji reliabilitas menyimpulkan bahwa setiap pertanyaan dikatakan reliabel. Artinya kuseioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang handal.

### Uji Normalitas

Penggunaan statistik parametris bekerja dengan asumsi bahwa setiap data variabel penelitian yang akan dianalisis membentuk distribusi normal. Apabila data dikatakan tidak normal, maka teknik statistik parametris tidak dapat digunakan sebagai alat analisis. Apabila suatu analisis memiliki nilai signifikansi > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal (Sugiyono, 2020). Adapun hasil dari uji normalitas adalah sebagai berikut ini

**Tabel.13 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardize d Residual
N			15
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	-.0466667
		Std. Deviation	.27030289
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.189
		Positive	.189
		Negative	-.131
Test Statistic			.189
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.155
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig. 99% Confidence Interval		.148
		Lower Bound	.139
		Upper Bound	.157

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 13. hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi > 0,05 yaitu 0,155 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah suatu metode pendekan untuk permodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Hubungan antara variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y (Anggarwati & Yanti, 2020). Adapun hasil dari analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut ini:

**Tabel.14 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12.572	1.427		-8.811	.000
	Pricing	1.857	.097	.983	19.136	.000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 14. hasil analisis regresi linear sederhana didapatkan model persamaan sebagai berikut ini:

$$Y = -12,572 + 1,857X$$

Keterangan:

Y = Profitabilitas

-12,572 = Konstanta

X = Pricing

Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa jika pricing (X) adalah 0, profitabilitas (Y) diperkirakan akan berada di angka -12,572, menunjukkan profitabilitas negatif tanpa pengaruh pricing. Koefisien 1,857 berarti setiap peningkatan satu unit pada pricing diharapkan meningkatkan profitabilitas sebesar 1,857 unit. Ini menunjukkan hubungan positif antara pricing dan profitabilitas; peningkatan pricing akan meningkatkan profitabilitas, yang awalnya negatif tanpa mempertimbangkan pricing.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran dalam analisis regresi untuk menunjukkan seberapa baik variabel independen menjelaskan variabel dependen (Javelin & Apriyanti, 2022). Adapun hasil dari analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut ini:

**Tabel.15 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.983 <sup>a</sup>	.966	.963	.38200

a. Predictors: (Constant), *Pricing*

Sumber: Penelitian, 2024

**Tabel.16 Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 16. yang menampilkan hasil dari pengujian korelasi dari *pricing* dan profitabilitas pada *outlet* Lobby Bar di Discovery Kartika Plaza Hotel. Nilai dari koefisien korelasi adalah sebesar 0,983 yang berada pada interval 0,80-1,00, hal ini mempunyai arti bahwa derajat keeratan hubungan antara variabel *pricing* dan profitabilitas termasuk kategori tingkat hubungan sangat kuat. Nilai koefisien determinasi antara variabel *pricing* dan profitabilitas adalah sebesar 0,966 atau 96,6%. Sebanyak 96,6% profitabilitas di Discovery Kartika Plaza Hotel dipengaruhi oleh *pricing*, sedangkan 3,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (*pricing*) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (profitabilitas). Pengujian dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (Musthofa & Karsudjono, 2023). Adapun hasil dari uji t adalah sebagai berikut ini:

**Tabel.17 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12.572	1.427		-8.811	.000
	<i>Pricing</i>	1.857	.097	.983	19.136	.000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 17. hasil uji t menunjukkan nilai t hitung (19,136) > t tabel (2,145) dan nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *pricing* terhadap profitabilitas secara signifikan dan berpengaruh secara nyata. Maka dari itu  $H_1$  diterima yaitu terdapat pengaruh *pricing* terhadap profitabilitas di *food and beverage department* Discovery Kartika Plaza Hotel.

### **Hubungan Pricing Terhadap Profitabilitas**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pricing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas di departemen F&B Discovery Kartika Plaza Hotel. bahwa: 1) Peningkatan harga di departemen F&B cenderung meningkatkan profitabilitas, asalkan permintaan tidak menurun drastis. 2) Departemen F&B dapat menetapkan harga yang menutupi biaya dan memberikan margin keuntungan lebih tinggi. 3) Hubungan antara pricing dan profitabilitas tidak kebetulan, melainkan menunjukkan korelasi yang kuat dan nyata. 4) Keputusan tentang pricing sangat penting karena perubahan harga berdampak langsung pada profitabilitas. Strategi pricing yang efektif dapat meningkatkan keuntungan departemen, dan manajemen harus mempertimbangkan persaingan, kualitas produk, dan preferensi pelanggan dalam penetapan harga untuk mengoptimalkan profitabilitas.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Hubungan antara pricing terhadap profitabilitas di Lobby Bar pada food and beverage department Discovery Kartika Plaza Hotel memiliki pengaruh positif serta signifikan. Hasil penelitian menunjukkan 96,6% profitabilitas di Discovery Kartika Plaza Hotel dipengaruhi oleh pricing. Hubungan antara pricing dan profitabilitas tidak terjadi secara kebetulan, melainkan ada korelasi yang kuat dan nyata antara keduanya. Setiap perubahan harga perlu dipertimbangkan dengan hati-hati karena akan memiliki dampak nyata pada profitabilitas.

Berdasarkan hasil penelitian, saran untuk Discovery Kartika Plaza Hotel meliputi: 1) Pada variabel pricing, disarankan agar bagian food and beverage mengadopsi strategi penetapan harga berbasis biaya yang lebih terstruktur, dengan memperhitungkan biaya tetap, variabel, margin keuntungan, serta faktor eksternal seperti harga bahan baku dan kondisi ekonomi. 2) Pada variabel profitabilitas, disarankan untuk melakukan analisis kompetitor secara mendalam, termasuk harga dan layanan tambahan, serta memperkuat merek dan persepsi nilai di mata pelanggan. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pengaruh pricing pada segmen pelanggan yang berbeda dan dampak strategi diskon terhadap profitabilitas.

### **PENELITIAN LANJUTAN**

Masih melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih jauh tentang Pengaruh Pricing terhadap Profitabilitas di Food And Beverage Department di Discovery Kartika Plaza Hotel

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, K., Jannah, M., Hasda, S., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adelia, C., & Asalam, A. G. (2024). Pengaruh Transfer Pricing, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sub Sektor

- Makanan Dan Minuman BEI Tahun 2018-2021. *Owner*, 8(1), 652–660.  
<https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1843>
- Anggarwati, M., & Yanti, R. D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Logistik Bisnis*, 5(1).
- Hikmawati, F. (2020). *Metode Penelitian* (4 ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Isnaini, R. S., Mukti, A. H., & Sianipar, P. B. H. (2024). PENGARUH TRANSFER PRICING, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK (Studi Empiris Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Sektor Aneka Industri Tahun 2019-2022). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 808–822.  
<https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2327>
- Javelin, A. P., & Apriyanti. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Fasilitas The Sun Hotel Madiun Terhadap Kepuasan Konsumen. Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi.
- Kristiyanti, M. (2023). *Metode Penelitian* (1 ed.). CV. Pustaka STIMART AMNI.
- Lestari, D. M. (2020). Beban Pajak , Profitabilitas Dan Pengaruhnya. *JRKA : Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 7(2), 23–28.
- Lestari, N., & Syofyan, E. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Thin Capitalization dan Transfer Pricing terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(4), 1418–1432. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i4.1027>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *FIHRIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1).
- Musthofa, M., & Karsudjono, A. J. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Mengingat Konsumen (Studi Kasus Di Grand Dafam Q Hotel Banjarbaru). *Al -Kalam*, 10(2).
- Napitupulu, I. H., & Situngkir, A. (2020). Transfer Pricing Pengaruhnya Thdp Tax Avoidance. *Kajian Akuntansi*, 21(2), 126–141.
- Nilawati, W. (2022). the Influence of Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction At Berlian Abadi Hotel Banyuwangi. *Economic, Business, Accounting, Agricultural Management and Sharia Administration*, 2(6), 1081–1100.
- Palayukan, S., Rijal, A., & Hasyim, S. H. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia (The Influence of Profitability on Company Value in the Food and Beverage Sector on the Indonesian Stock Exchange). 0, 295–303.
- Piasti, T., & Suswandoyo, M. I. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food dan Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Journal Intelektual*, 1(1), 76–84.  
<https://doi.org/10.61635/jin.v1i1.84>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (1 ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2 ed.). CV. Alfabeta.

- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1 ed.). PT Pustaka Barupress.
- Sumiyati, & Yatimatun. (2021). *Akuntansi Keuangan SMK/MAK Kelas XI*. PT Gramedia.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi penelitian akuntansi*. Refika Aditama.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Strategik* (4 ed.). CV Andi Offset.
- Yani, A., Arfah, A., Semmaila, B., & Arifin. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel. *YUME : Journal of Management*, 5(2).