

Analisis Event Terhadap Peningkatan *Occupancy* Pada Hotel Bintang 3 (*) Di Kota Pekanbaru: Study Kasus Pada Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru**

SEFRONA SYAIFUL

Sekolah Tinggi Pariwisata Riau
Jl. Pattimura No. 54, Cinta Raja, Sail, Cinta Raja, Kec. Sail, Kota Pekanbaru, Riau 28127
E-mail : sefronasyaiful@gmail.com

Abstract: Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru is one of the 3 (three) Star Hotels in Pekanbaru. The hotel is strategically located even though it is not in the City Center and has the largest meeting building in the city of Pekanbaru, namely the SKA Convention and Exhibition (SKA Co Ex). High competition among star hotels in Pekanbaru City causes Occupancy rooms at Swiss-Belinn Hotel Pekanbaru to not meet the targets set by management. In an effort to attract customers to stay at Swiss-Belinn Pekanbaru Hotel, the management then utilized the Meeting Building and offered more event packages from other Hotels in Pekanbaru City. In terms of opportunities, currently marketing events is a good effort to increase occupancy. Through the event that is held, the tourists will choose the hotel where they stay so this will help increase the occupancy of the room in the Hotel. The reason for taking this title is to find out the event package products offered at Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Then to find out the occupancy rate of the room at Swiss-Belinn Hotel Pekanbaru. In addition, it was also to find out the effect of the event on the increase in occupancy room at Swiss-Belinn Hotel Pekanbaru. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The results of this study, it is known that there are more event packages offered by Swiss-Belinn Hotels Pekanbaru with the advantages of each. And based on the primary data obtained by the author, it is known that the occupancy level of the Swiss-Belinn Pekanbaru hotel in the category is not high enough. In addition, after processing the data, it is known that not all event packages offered have an effect on the increase in occupancy room. There is only one package that has a high enough effect, namely the package called the Residential package. From the average known effect of the package to occupancy room is 60% of the total occupancy room.

Keywords: *Event, Occupancy room, Event Package*

Hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lain bagi umum yang dikelola secara komersial (Ismayanti, 2010). Dengan kata lain hotel adalah perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Objek utama yang di tawarkan kepada pelanggan di sebuah hotel adalah kamar untuk menginap. Untuk itu, setiap hotel selalu mengupayakan agar *occupancy* selalu tinggi. Penjualan kamar hotel merupakan ujung tombak dari usaha perhotelan. Karena jika suatu hotel tidak ditunjang dengan penjualan kamar yang baik, suatu hotel tersebut tidak dapat mempertahankan kelangsungan bisnis nya. *Occupancy* adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia untuk terjual. *Occupancy* merupakan tolok ukur keberhasilan dari sebuah hotel. Bahwa

dengan tingginya *occupancy* di sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut serta dinyatakan berhasil mencapai target perusahaan. Maka dari itu, pada umumnya hotel selalu berusaha untuk meningkatkan tingkat hunian kamarnya. Berbagai upaya dilakukan oleh pihak manajemen hotel untuk meningkatkan penjualan kamar.

Dalam perkembangannya, saat ini hotel bukan lagi merupakan bangunan yang menyediakan jasa penginapan dan makanan untuk melayani masyarakat. Pada saat ini hotel merupakan salah satu industri jasa dengan perkembangan yang sangat pesat. Fungsi hotel saat ini sudah mulai beralih, apabila pada awalnya hotel hanya dijadikan sebagai tempat peristirahatan saat berlibur atau berkunjung ke kota lain.

Saat ini *Ballroom* di hotel juga merupakan tempat yang paling banyak digunakan untuk menyelenggarakan *event*. Dilihat dari segi peluang, pada saat ini memasarkan *event* merupakan upaya yang tepat untuk hotel dalam upaya meningkatkan *occupancy*. Menyelenggarakan *event* memiliki peranan yang cukup penting dalam meningkatkan pendapatan maupun meningkatkan *occupancy* pada hotel.

Event merupakan suatu bentuk peristiwa dan bukan kejadian, karena secara sengaja diadakan atau diselenggarakan untuk suatu tujuan tertentu. *Event* erat hubungannya dengan kegiatan manusia sebagai makhluk sosial serta interaksi sosial dalam komunikasi transaksi. Ragam *event* amat banyak bergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu. Any Noor (2013: 8) mengatakan, *event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang

diselenggrakan pada waktu tertentu. Dengan kata lain, *event* adalah sebuah program yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan. Ragam acara sangat bergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu. Berbeda dengan kegiatan yang spontan, acara dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya.

Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru merupakan salah satu Hotel Bintang 3 (tiga) di Pekanbaru. Sebagai hotel yang memiliki letak strategis dan mudah diakses meskipun tidak berada di pusat kota, hotel Swiss-Belinn Pekanbaru merupakan pilihan utama bagi para konsumen baik dalam menginap maupun dalam menyelenggarakan *event*. Peluang tersebut tidak disia-siakan oleh pihak manajemen hotel Swiss-Belinn Pekanbaru, untuk memaksimalkan penyediaan fasilitas dan gedung dalam menyelenggarakan *event*, Hotel Swiss-Belinn mengelola dan meresmikan SKA *Convention and Exhibition* (SKA Co Ex) pada tanggal 25 November 2014. SKA Co Ex merupakan gedung pertemuan terbesar di Pekanbaru dan merupakan andalan Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru untuk menarik minat pelanggan dalam menyelenggarakan *event*. Tujuan utama diresmikannya SKA Co Ex adalah untuk mendukung peningkatan *Occupancy* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Sebelum diresmikan SKA Co Ex, *occupancy room* di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru terbilang rendah. Walaupun tidak mengalami peningkatan yang tajam, namun sejak diresmikannya SKA Co Ex *occupancy room* per tahun di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru mengalami kemajuan yang cukup bagus.

Tabel 1. Data *Occupancy room* & Pelaksanaan *Event/tahun* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru, tahun 2012-2018

Tahun	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Occupancy room	35%	45%	55%	57%	60%	55%	58%
Event	36	40	72	96	120	190	192

Sumber : HRD Swiss-Belinn Pekanbaru.

Dari tabel 1 tersebut dapat dijelaskan bahwa meskipun mengalami peningkatan yang lumayan diawal sejak diresmikannya SKA CO Ex, namun peningkatan tersebut tidak maksimal. Dari tahun ke tahun sejak diresmikannya SKA CO Ex pada tahun 2014, tingkat *occupancy* tidak mengalami kenaikan atau kemunduran. Setiap tahunnya jumlah *event* terus meningkat di SKA Co Ex namun hal tersebut tidak mampu mendongkrak secara maksimal tingkat *occupancy* di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. *Event* merupakan peluang yang cukup bagus dalam menaikkan *occupancy*, namun pada kenyataannya peningkatan *occupancy* tidak terlalu mengalami kenaikan yang signifikan. Berdasarkan teori yang dicetuskan oleh Any Noor dalam bukunya mengenai pengaruh *event* (2009:36) dan dengan adanya *Ballroom* yang cukup besar dan mewah seharusnya tingkat *occupancy* hotel Swiss-Belinn Pekanbaru dapat didongkrak sampai 80 % - 90% apabila ditinjau dari segi fasilitas *event* yang tersedia dan banyaknya jumlah *event* yang diselenggarakan di Co Ex setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh *Event* terhadap peningkatan *Occupancy* pada Hotel Bintang 3 (***) di Pekanbaru: Study Kasus pada Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru”.

Event, yaitu suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Dengan kata lain, *event* adalah sebuah program yang dilakukan secara terencana untuk tujuan tertentu. Ragam acara amat banyak tergantung dari ide yang melandasi terlaksananya suatu *event*.

Hotel Occupancy, yaitu suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia untuk dijual. Jumlah penjualan kamar merupakan tolok ukur keberhasilan dari sebuah hotel. Tujuan utama penjualan kamar yaitu meningkatkan *occupancy* hotel. Kemudian mendatangkan keuntungan / laba yang disertai tercapainya tujuan utama perusahaan. Yaitu *occupancy* yang tinggi. Bahwa dengan tingginya *occupancy* di sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut

Menurut Any Noor (2013: 8), *event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Dengan kata lain, *event* adalah sebuah program yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan. Ragam acara amat banyak bergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu. Berbeda dengan kegiatan yang spontan, acara dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya.

Seiring dengan perkembangan jaman dan pertumbuhan jumlah populasi di dunia yang sangat cepat, mayoritas dari populasi membutuhkan perjalanan sebagai salah satu cara untuk menghilangkan kepenatan dan melarikan diri dari rutinitas yang padat. Namun, pada jaman era globalisasi sekarang ini, tujuan dari berjalan-jalan menjadi heterogen dan terdapat banyak aspek yang mempengaruhinya seperti; kepentingan usaha, kepentingan agama, kepentingan keluarga dan berelasi, dan lain sebagainya.

Salah satu dari tujuan tersebut yaitu untuk menghadiri acara, seperti acara pertemuan rapat, acara perkumpulan/reuni, acara pernikahan keluarga dan lain-lain. Menurut Any Noor (2013: 8), acara

merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Event memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* harus memiliki ciri tersendiri. Karakteristik *event* menurut Any Noor (2013: 14), ada lima yaitu keunikan, perishability, intangibility, suasana, pelayanan dan interaksi personal.

Keunikan

Kunci suksesnya sebuah *event* adalah pengembangan ide. Setiap *event* harus memiliki sesuatu yang berbeda dengan *event* lain. *Event* yang pernah diselenggarakan pastinya masih dapat diulangi pada kesempatan lain, misalnya *event* yang biasa diselenggarakan secara reguler. Tetapi, keunikan harus tetap muncul pada setiap penyelenggaraan *event* meskipun memiliki tema yang sama. Keunikan dapat berasal dari tema yang diambil, penampilan kreatif dari peserta yang ikut serta dalam *event*, lingkungan sekitar, pengunjung *event* serta beberapa hal lainnya sehingga membuat *event* menjadi unik dan berbeda dari *event* tahun sebelumnya.

Perishability / Mudah Rusak

Setiap *event* yang diselenggarakan tidak akan pernah sama. Dua *event* yang sama diselenggarakan pada waktu dan tempat yang sama pastinya tidak akan menghasilkan *event* yang sama pula. *Perishability* berhubungan dengan penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*.

Intangibility / Tidak dapat dipaham

Setelah menghadiri *event*, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan *event*. Hal ini merupakan tantangan untuk merubah bentuk pelayanan intangibility menjadi sesuatu yang berwujud, sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam *event* mampu mengubah persepsi pengunjung.

Suasana dan Pelayanan

Suasana dan Pelayanan merupakan karakteristik yang penting pada saat keberlangsungan *event*. *Event* yang dilangsungkan di saat suasana yang tepat akan menghasilkan sukses besar, tetapi sebaliknya kegagalan *event* dihasilkan karena suasana yang tidak tepat. Suasana yang dibangun harus sesuai dengan tema tersebut, musik yang tepat, makanan dan minuman yang baik, dan keseluruhannya telah ditata secara sempurna sesuai tema sehingga kekhusukan dari kegiatan tersebut dapat terjaga.

Interaksi personal

Interaksi personal dari pengunjung merupakan kunci sukses penyelenggaraan *event*. Karena pengunjung akan merasa menjadi bagian dari dalam *event* tersebut.

Event atau acara merupakan sebuah program yang akan dilakukan dengan terencana untuk mencapai suatu tujuan. Pada proses yang biasanya yaitu menentukan konsep/ tema/ tipe dari acara, lalu menentukan apa saja tujuan dari acara tersebut. Tetapi dapat juga, yang dilakukan pertama-tama adalah menentukan tujuan, lalu dari tujuan akan mendapatkan gambaran seperti apa acara yang akan direncanakan. Tidak ada yang salah dari pilihan kedua proses tersebut, tetapi yang mutlak adalah harus adanya kesinambungan antara konsep acara dengan tujuan acara.

Any Noor (2013:9) membagi jenis *event* berdasarkan kategori *special event*, yakni: *Leisure event*, *Cultural event*, *Personal event* dan *Organizational event*. Setiap *event* yang diselenggarakan baik *event* dalam skala kecil ataupun skala besar pasti memiliki dampak. Dampak penyelenggaraan *event* tersebut dapat berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positif dan negatif tersebut akan berpengaruh terhadap lingkungan, sosial budaya, politik, pariwisata dan ekonomi. Dampak-dampak tersebut tidak dapat dipisahkan dari *event*. Dampak yang mungkin timbul perlu diprediksi sejak awal *event* direncanakan. Tentunya dampak

tersebut akan berpengaruh terhadap bagaimana pengelolaan *event* sehingga penyelenggara *event* harus menyusun rencana yang dapat memberikan keseimbangan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan *event*.

Any Noor (2009:36) mengatakan beberapa pengaruh positif pada sisi ekonomi dan pariwisata yang timbul dari penyelenggaraan *event* yaitu : Promosi Daerah Wisata, Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan, Peningkatan Waktu Lama Tinggal Wisatawan, Peningkatan Pendapatan, dan Penciptaan Lapangan Kerja.

Hotel berasal dari kata hostel. Konon hostel diambil dari bahasa Perancis yang berasal dari bahasa latin, yaitu Hostes. Bangunan publik ini sudah disebut-sebut sejak akhir abad ke-7. Maknanya sebagai tempat penampungan buat pendatang atau bisa juga sebagai bangunan menyedia pondokan dan makanan untuk umum. Jadi, pada mulanya hotel diciptakan untuk melayani masyarakat. Definisi dari hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lain bagi umum yang dikelola secara komersial (Ismayanti, 2010).

Menurut Ismayanti (2010), tipe hotel dapat dibagi menjadi beberapa aspek sebagai berikut :

1. Berdasarkan lama tinggal, hotel dibedakan menjadi seperti berikut ini.
 - a. *Transient Hotel* adalah hotel yang diinapi oleh tamu selama 24 jam hingga tiga hari dan tamu dikenakan biaya sewa kamar harian. Tamu yang menginap di hotel ini sering disebut sebagai short stay guest.
 - b. *Semi residential Hotel* adalah Hotel yang ditinggali tamu selamanya Tujuh hingga 30 hari tamu dikenakan biaya sewa kamar mingguan.
 - c. *Residential Hotel* adalah hotel yang ditinggali tamu selama lebih dari 30 hari hingga setahun dan tamu

dikenakan biaya sewa kamar bulanan. Tamu yang menginap di hotel ini disebut long stay guest.

1. Berdasarkan lokasi, hotel dibedakan menjadi seperti berikut ini.
 - a. City Hotel adalah hotel yang berlokasi di perkotaan.
 - b. Resort Hotel merupakan hotel yang berlokasi di daerah wisata, seperti pantai atau pegunungan.
 - c. Airport Hotel, yaitu hotel yang berlokasi di sekitar bandara.
2. Berdasarkan ukuran dan jumlah kamar, hotel dibedakan menjadi :
 - a. Hotel kecil atau *small* hotel dengan kapasitas kurang dari 15 kamar.
 - b. Hotel medium atau *average* hotel dengan kapasitas sekitar 15-29 kamar.
 - c. Hotel di atas rata-rata atau *above average* hotel dengan kapasitas sekitar 30-60 kamar.
 - d. Hotel besar atau *large* hotel dengan kapasitas lebih dari 60 kamar.

METODE

Penelitian ini telah penulis lakukan di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru, Riau-Indonesia, sebuah hotel yang bertaraf nasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *staff banquet department* yang berjumlah 15 orang juga seluruh *staff front office department* yang berjumlah 10 orang. Karena populasinya berjumlah kurang dari 100 maka peneliti mengambil sampel dengan jumlah keseluruhan populasi yaitu sejumlah 25 orang. Dengan demikian, besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 25 orang sebagai narasumber.

Adapun teknik pengumpulan data observasi, studi dokumen, wawancara dan studi pustaka. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi di pilah pilah dan di klasifikasikan menurut jenisnya dan kemudian dianalisis dan diolah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

HASIL

Berdasarkan dari olahan data di atas, dapat diketahui bahwa penyelenggaraan *event package* yang paling berpengaruh terhadap peningkatan *occupancy* adalah *event residential package* yaitu rata rata sebesar 23,65 % mempengaruhi *occupancy*. Sementara itu *event* yang paling sedikit berpengaruh terhadap *occupancy* adalah *event wedding* yaitu rata rata sebesar 1,52 %. Agar lebih mudah di pahami.

Dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti, maka dapat di peroleh rata rata tingkat penjualan kamar melalui *event* yang diselenggarakan di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Bawa pada bulan oktober tingkat penjualan kamar melalui *event* adalah sebesar 22,95 % pada bulan November sebesar 30,48% dan pada bulan desember sebesar 33,25 %. Dapat dilihat bahwa *occupancy* tertinggi melalui *event* adalah pada bulan desember yaitu sebesar 33,25% dan rata rata tingkat *occupancy room* melalui *event* di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru adalah sebesar 28,89 %.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi pengaruh *event* terhadap *occupancy* tersebut maka dapat dilakukan pengolahan data untuk mengetahui tingkat persentasi pengaruh *event* terhadap *occupancy* di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Bawa persentase pengaruh *event* terhadap *occupancy* pada bulan oktober adalah sebesar 54,35 % dari total *occupancy*, pada bulan November pengaruh *event* terhadap *occupancy* adalah sebesar 66, 55 % dari total *occupancy* dan pada bulan desember pengaruh *event* terhadap *occupancy* adalah sebesar 60,73 % dari total *occupancy*. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa sebesar 60,54 % *occupancy* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru diperoleh dari hasil *event* yang diselenggarakan di hotel tersebut.

Occupancy room di hotel Swis Bellin Pekanbaru dapat dikategorikan tidak cukup tinggi. Jika dilihat jumlah kamar yang tersedia per 30 hari adalah 3240 (100%) kamar dan yang terjual pada bulan oktober hanya 1368 kamar (42,22%), terjual pada

bulan november adalah 1484 kamar (45,80%) dan pada bulan desember terjual 1774 kamar (54,75%). Dari data diatas dapat dilihat bahwa persentase *occupancy room* tertinggi hanya 54,75 %. Pada bulan tersebut *occupancy* mencapai angkat 54,75% dikarena ada beberapa grup dari pemerintahan yang mengadakan *event* untuk perayaan akhir tahun dan menggunakan Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru sebagai tempat menginap sekaligus mengadakan *event*. Apabila di rata ratakan maka tingkat *occupancy room* hotel Swiss-Belinn Pekanbaru adalah 47,49 %. Untuk lebih jelasnya, penulis menggambarkan tingkat *occupancy room* tersebut kedalam grafik agak lebih mudah dipahami.

Dalam pelaksanaan, *event* memberikan beberapa pengaruh bagi Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru setelah diadakannya Paket untuk Penyelenggaraan *Event* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru khususnya di Ska Co Ex, diantaranya meningkatnya jumlah tamu yang berkunjung dan menginap di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Berikut penulis sajikan pengaruh *event* terhadap *occupancy* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru.

PEMBAHASAN

Pengaruh *event meeting* terhadap *occupancy* pada bulan oktober adalah 1,85 % pada bulan November adalah 2,09 % dan pada bulan desember 1,48 %. *Event meeting* berpengaruh cukup kecil terhadap *occupancy room* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh *event meeting* tertinggi yaitu pada bulan november sebesar 2,09 %. Dan Persentasi rata rata pengaruh *event meeting* terhadap *occupancy* adalah 1,80 %. Pada bulan November, pengaruh *event meeting* terhadap *occupancy* mencapai 2,09% hal ini disebabkan oleh banyaknya reservasi untuk *meeting* yang dipesan oleh perusahaan swasta yang memiliki beberapa pejabat komisaris dari Luar Negeri. Karena Hotel Swiss-Belinn

Pekanbaru merupakan Hotel yang sudah berskala Internasional maka para pejabat komisaris perusahaan swasta tersebut memilih menginap di Hotel tersebut sehingga pengaruh *event meeting* sedikit lebih tinggi di bulan November. Paket *event meeting* menjadi produk unggulan di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru bukan karena mampu menjual kamar namun dijadikan produk unggulan karena mampu meningkatkan nilai image dan brand Hotel yang sudah Berskala Internasional. Meskipun tidak mendongkrak *occupancy room* dengan maksimal namun *event meeting* mampu mendongkrak popularitas Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru sebagai Hotel yang berkesan mewah dengan *meeting room* yang luxury sesuai dengan brand yang dimiliki sebagai Swiss-Belhotel Group International. Pada *event meeting*, yang lebih dominan dijual adalah jasa (service) mengenai kemudahan kemudahan dalam persiapan *meeting*, kemewahan ruangan *meeting*, dan jaminan privasi yang sudah terjamin sehingga benar benar menggambarkan kesan mewah dan private pada saat *meeting*. Konsep ini cukup cocok untuk perusahaan perusahaan swasta modal asing yang memiliki pejabat pejabat komisaris dari Luar Negeri yang pada umumnya sangat menginginkan ruangan yang bersifat private pada saat *meeting* ataupun kegiatan lainnya.

Pengaruh *event wedding* terhadap *occupancy* pada bulan oktober adalah 1,48 % pada bulan November 1,85 % dan pada bulan desember 1,23 %. *Event wedding* berpengaruh cukup kecil terhadap *occupancy room* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh tertinggi *event wedding* terhadap *occupancy* yaitu pada bulan November sebesar 1,85 % dan persentasi rata rata pengaruh *event wedding* terhadap *occupancy* adalah 1,52 %. *Event wedding* cukup banyak diselenggarakan di Ska Co Ex Pekanbaru namun tidak begitu berpengaruh terhadap *Occupancy* Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru hal itu disebabkan oleh tamu yang berkunjung sebagai undangan di *event*

wedding tersebut jarang berasal dari luar kota. Pada umumnya hanya dari daerah pekanbaru sehingga undangan tersebut tidak perlu menginap. Tamu tamu yang menghadiri undangan tersebut pada umumnya hanya berkunjung selama acara dilangsungkan. Selain itu, dikarenakan *event wedding* merupakan *event* jangka pendek yang hanya membutuhkan waktu maksimal 4 (empat) jam sampai selesai sehingga tidak dibutuhkan kamar untuk menginap bagi para undangan. Kamar yang di pesan pada umumnya hanya untuk pasangan yang menikah dan merupakan kamar suite.

Pengaruh *ghatering package* terhadap *occupancy* pada bulan oktober adalah 1,11 % pada bulan November 1,85 % dan pada bulan desember 2,77 %. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh tertinggi *event ghatering* adalah pada bulan desember yaitu 2,77 %. *Event ghatering* berpengaruh cukup kecil untuk *occupancy room* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Karena kegiatan *ghatering* pada umumnya hanya dilakukan pada waktu tertentu oleh perusahaan. Di Hotel Swiss-Belinn, *event ghatering* cukup jarang dilakukan dikarenakan biaya sewa gedung yang cukup tinggi sementara manfaat yang di dapat kurang maksimal (*indoor*). Kegiatan *Ghatering* akan lebih maksimal jika diselenggarakan di luar ruangan (*outdoor*). Hanya perusahaan perusahaan tertentu yang mengadakan *event ghatering* di Hotel Swiss-Belinn. Biasanya perusahaan tersebut sudah memiliki kontrak kerjasama dengan Hotel Swiss-Belinn sehingga mampu mengadakan *event ghatering* di hotel tersebut. Pada tabel diatas, diketahui bahwa pada bulan Desember *event ghatering* berpengaruh 2,77 % terhadap *occupancy room* hal itu disebabkan oleh tamu undangan perusahaan yang mengadakan acara *ghatering* berasal dari cabang cabang perusahaan dari luar daerah Kota Pekanbaru. Karena berasal dari luar kota maka penyelenggara memesan kamar untuk tamu undangan tersebut.

Namun bulan-bulan lainnya rata-rata *event gathering* hanya berpengaruh sekitar 1,91% terhadap peningkatan *occupancy* di hotel Swiss-Belinn Pekanbaru.

Pengaruh *residential package* terhadap *occupancy* pada bulan Oktober adalah 18,51% pada bulan November 24,69% dan pada bulan Desember 27,77%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh tertinggi *event residential* terhadap *occupancy* adalah pada bulan Desember yaitu sebesar 27,77%. *Event residential* memiliki pengaruh cukup tinggi terhadap *occupancy room* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. Salah satu faktor yang menyebabkan *event residential* memiliki pengaruh yang tinggi adalah dikarenakan *event residential* sudah sekaligus menjual kamar pada paketnya dan di pesan minimal 3 hari 2 malam. Paket ini khusus untuk *event event* yang membutuhkan waktu lebih dari 1 (satu) hari. Seperti pelatihan (*training*) karyawan yang dilakukan oleh BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan Perangkat Perangkat Pemerintah yang sering mengadakan *event* dengan jangka menginap yang lebih dari 1 malam. Pada bulan Desember, pengaruh *event residential* terhadap *occupancy* mencapai 27,77% dikarenakan banyaknya *event* yang diselenggarakan oleh pemerintah. Selain itu, faktor yang menyebabkan *event residential* memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap peningkatan *occupancy* adalah harga yang ditawarkan sudah cukup murah apabila dilihat dari manfaat paketnya yang sudah termasuk semuanya (*all include*).

SIMPULAN

Dari hasil olahan data penelitian dan persentasi pengaruh *event* terhadap peningkatan *occupancy* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru dapat di tarik kesimpulan bahwa *event* cukup berpengaruh dalam meningkatkan *occupancy* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru namun tidak signifikan. Meskipun berpengaruh terhadap peningkatan *occupancy* namun tidak mampu mendongkrak secara maksimal peningkatan *occupancy* di Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru.

Hal ini sangat bertolak belakang dengan teori yang disampaikan oleh Any Noor (2009:36) yang mengatakan bahwa *event* akan mendongkrak kebutuhan akomodasi dan lama tinggal wisatawan. Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa *event* memang cukup berpengaruh namun tidak signifikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus Sulastiyono. (2004). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Penerbit CV Alfabeta.
- Adinegara, Gusti Ngurah Joko dan Pramono. 2011. Dampak krisis Global pada Tingkat Hunian Kamar Hotel Berbintang dan Non Bintang di Kabupaten Bandung, *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, No. 2, Vol 1, Hal:1-14.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagyono. 2005. *Pariwisata Dan Perhotelan*. Bandung : Alfabeta.
- Damardjati, R.S. 2006. *Istilah Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : PT Pradnya Paramita
- Endar Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : PT Gramedia Widisarana Indonesia
- Michael H. Walizer, Paul L Wienir. 1993. *Metode dan Analisis Penelitian : Mencari Hubungan* Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. *Manajement Event Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.

Pendit, Nyoman . 2003. Pengantar Ilmu Pariwisata. Jakarta: PT Pradaya Paramita

Sihite, Richard, 2000, Hotel Manajemen (Pengelolaan Hotel), SIC, Surabaya.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Vicky hanggara, 2009, *Pengertian Tingkat Hunian Hotel*

(<http://vickyhanggara.blog.friendster.com/2009/pengertian-tingkat-hunian-hotel/>)

(<https://venuemagz.com/profile/firdaus-wali-kota-pekanbaru-kami-fokus-pada-wisata-mice/>)

(<https://travel.kompas.com/read/2018/03/10/164700027/mice-dan-event-dorong-okupansi-hotel-di-pekanbaru.>)