

ABSTRAK

ANALISIS POTENSI UNIT BISNIS BAR Studi Kasus pada Gula Jawa Bar dan Pasiraman Bar Hotel Novotel Yogyakarta

Kristiyanto Agung Raharjo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui potensi perkembangan unit bisnis bar, untuk mengetahui seberapa besar unit bisnis ini dapat menjadi sarana pelengkap bagi kebutuhan tamu penginap dan untuk mengetahui kemampuan unit bisnis yang bersangkutan sebagai kompensasi dari pendapatan utama (hasil penjualan sewa kamar).

Potensi Unit Bisnis Bar diukur dari trend hasil penjualan bar dari waktu ke waktu dengan menggunakan analisis *secular trend*, kemampuan unit bisnis bar sebagai pelengkap bagi kebutuhan tamu penginap diukur dengan pola dan keeratan hubungan antara jumlah penginap dan jumlah pengunjung bar oleh tamu penginap dan dengan menggunakan korelasi *Product Moment*, dan kemampuan unit bisnis yang bersangkutan sebagai kompensasi pendapatan utama (penjualan sewa kamar) diukur dengan pola dan keeratan hubungan antara penjualan sewa kamar dengan hasil penjualan bar dengan menggunakan analisis korelasi *product moment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, bar merupakan unit bisnis yang potensial ditinjau dari trend hasil penjualan unit bisnis yang bersangkutan. Persamaan trend dari hasil penelitian adalah $Y = 21.435.161,96 + 856.323,30 X$. Hal ini menunjukkan nilai b (856.323,30) positif, yang berarti setiap tambahan satu bulan maka penjualan bar akan mengalami kenaikan sebesar 856.323,30 rupiah. Korelasi antara jumlah penginap dengan jumlah pengunjung bar oleh tamu penginap adalah positif signifikan, hal ini berarti jika jumlah penginap mengalami kenaikan maka jumlah penginap yang mengunjungi bar juga mengalami peningkatan, demikian sebaliknya. Kesimpulan ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung (4,016) lebih besar dari nilai t tabel (1,721). Jadi analisis ini menunjukkan bahwa unit bisnis bar merupakan sarana pelengkap dari kebutuhan tamu hotel. Korelasi antara penjualan sewa kamar dengan penjualan bar adalah positif signifikan hal ini berarti jika penjualan kamar mengalami kenaikan maka penjualan bar juga akan mengalami kenaikan demikian sebaliknya. Kesimpulan ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung (2,474) lebih besar dari nilai t tabel (1,721). Analisis ini juga menunjukkan bahwa unit bisnis bar tidak berfungsi sebagai kompensasi pendapatan utama (penjualan sewa kamar), tetapi justru memperbesar antara hasil penjualan kamar dan hasil penjualan bar.

ABSTRACT

An Analysis on The Potential of Bar Business Unit

A Case study at Gula Jawa Bar and Pasiraman Bar
Novotel Hotel Yogyakarta

Kristiyanto Agung Raharjo
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002

The objectives of the research were, to find out (1) the development potential of the bar as a business unit ; (2) the capability of the bar unit as a complementary facility for the guest, (3) The capability of the bar unit in compensating the main source of income fluctuation, i.e. room sales.

The potential of the bar as a business unit was measured by using a Seculer Trend Analisis based on the trend of the results of the bar sales. The capability of the bar as additional facility for the guest was measured by using Product Moment Correlation analysis. The number of the hotel guests and the number of guests who visited the bar, and the capability of the bar in compensating of the main income (room sales) were also measured using Product Moment Analysis, based on the pattern and the correlation between the results the room sales and bar sales.

The result of the research showed that the bar was potential as a business unit viewed from the trend of the result of bar sales. The equation of the trend was $Y = 21.435.161,96 + 856.323,30 X$. This showed that the value of b was positive (856.323,30), meaning that bar sales increased 856.323,30 rupiahs per month. The correlation between the number of hotel guests and the number of guests who visited the bar was positive and significant, meaning that an increase in the number of hotel guests would be followed by the increase in the number of the bar's guest, and hotel on the contrary. This result was shown the observed value of t (4,016) which was numerically greater than the t-table (1,721). This analysis showed that the bar was a completing element for the guest needs. The correlation between room sales and bar sales was positive and significant, if room sales increase, bar sales would increase and vice versa. It was found from the t-test computation that the observed value t (2,474) was numerically greater, than the t-table (1,721). This analysis showed that the function of the bar did not compensate of the main income, it enhanced the fluctuation of the room sales.