

Analisis Selisih Kurs Penjualan Kamar Pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach

Ni Kadek Sanex Indrawati Cahyani¹; Ni Luh Putu Sri Purnama Pradnyani²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia
Email: ¹19111501025@undhirabali.ac.id ; ²sripurnama@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perhitungan selisih kurs penjualan kamar pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat selisih penjualan kamar yang disebabkan oleh perbedaan perhitungan dari pihak reservasi hotel karena adanya pengurangan potongan harga (*discount*) dari harga kontrak tahunan yang diterima oleh pihak *travel agent*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perlu dilakukannya sosialisasi maupun pelatihan terhadap departemen-departemen terkait, khususnya departemen reservasi hotel dengan departemen *finance* bagian penagihan piutang hotel (*Account Receivable*) yang terhubung dalam pembuatan invoice guna menagih piutang hotel atas penjualan kamar hotel kepada pihak *travel agent*. Pelatihan diperlukan untuk menyesuaikan nilai kurs terhadap rupiah dalam menentukan *rate* terhadap harga jual kamar karena adanya perbedaan nilai mata uang, kesalahan penentuan harga, serta terdapatnya potongan harga baik yang tercantum dalam kontrak, maupun potongan harga khusus diterima oleh tamu yang tidak tercantum di dalam kontrak dan hanya diketahui oleh pihak reservasi dengan pihak *travel agent* terkait.

Kata kunci: *rate, travel agent, selisih kurs*

1. Pendahuluan

Berkembangnya hotel di Bali, sebagai pulau dengan tingkat pariwisata yang tinggi mengakibatkan bentuk persaingan yang semakin ketat. Kadir (2020) menyatakan bahwa hotel ialah suatu fasilitas akomodasi yang dikelola dengan menyediakan fasilitas kamar, makanan, dan minuman serta ruang *meeting* yang disewakan kepada orang yang sedang melakukan perjalanan serta mampu membayar dengan sejumlah yang wajar dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya suatu perjanjian khusus.

Industri perhotelan dituntut untuk dapat terus beradaptasi seiring dengan perkembangan teknologi saat ini guna pemasaran serta strategi penjualan hotel. Industri perhotelan ialah industri jasa yang meliputi hotel, penginapan, perencanaan acara, taman hiburan, transportasi, jalur pelayanan, serta bidang tambahan dalam industri pariwisata. Industri perhotelan penting dalam hal ini dikarenakan negara-negara dimana pariwisata ialah industry ekspor utama. Ini dinyatakan sebagai sumber utama pertukaran mata uang asing dan terbesar penyedia lapangan kerja. Industri ini menyatukan budaya yang berbeda dalam

komunitas global, yang membantu negara yang mengalami ketidakseimbangan perdagangan melalui perolehan devisa (Ali & Nsenje, 2017).

Bidari (2016) menyatakan bahwa bekerja sama dengan pihak *travel agent* dapat membantu pihak hotel maupun wisatawan yang hendak mencari tempat untuk menginap selama mereka menghabiskan liburan atau perjalanan di Bali. Dari sisi hotel, dapat dilihat bahwa hotel dengan mudah mendapatkan wisatawan untuk menginap dikarenakan pihak *travel agent* dapat dikatakan mampu mendatangkan tamu guna menginap di kamar hotel. Dalam hal ini, tidak diperlukannya negosiasi pada pihak hotel masalah harga kamar (*room rate*) karena antara pihak *travel agent* dan pihak hotel telah memiliki kontrak yang telah disetujui oleh kedua belah pihak (*contract agreement*). Hendriyanti (2019) menyatakan bahwa dengan adanya *travel agent*, pelanggan mempunyai opsi pilihan hotel yang dapat disesuaikan dengan keinginan serta kebutuhan. Pelanggan dapat secara langsung memesan kamar hotel melalui pihak *travel agent* dengan mudah untuk memenuhi kebutuhannya.

Salah satu hotel yang berada di Seminyak Bali adalah Hotel Indigo Bali Seminyak Beach memiliki kerja sama dengan berbagai pihak *travel agent*, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Kontrak kerja sama antara hotel dengan *travel agent* menurut Solekah (2018) berlaku pada sebagian hotel, baik hotel kecil maupun hotel besar. Kontrak kerja sama merupakan suatu bentuk kerja sama yang dilakukan secara terus-menerus serta diatur melalui suatu periode masa kontrak. Secara umum, Fachrudin (2022) menyatakan bahwa tidak ada salah satu pihak yang mengalami kerugian karena kerja sama ini selama hubungan kerja sama antara dua belah pihak jelas dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan prosedur atau perjanjian yang telah dibuat bersama dalam bentuk kontrak yang dimiliki oleh pihak hotel dengan pihak *travel agent*. Namun, kerugian dapat dialami oleh pihak hotel maupun pihak *travel agent* jika terjadinya perbedaan *rate* antara nilai mata uang rupiah (IDR) dengan mata uang asing (USD) yang menyebabkan terjadinya selisih kurs. Selisih kurs menurut Putra (2018) ialah selisih yang dihasilkan laporan jumlah unit mata uang asing yang sama dalam mata uang laporan pada kurs yang berbeda. Terjadinya selisih kurs disebabkan ketika terdapatnya perbedaan nilai tukar mata uang rupiah dengan mata uang asing. Hal ini dapat terjadi pada saat pihak hotel khususnya pada *Finance Department Hotel* bagian penagihan piutang hotel (*Account Receivable*) yang memegang peranan serta tanggung jawab dalam membuat tagihan berupa *invoice* kepada pihak *travel agent* berdasarkan *rate* yang tercantum dalam kontrak yang dimiliki.

Terjadinya perbedaan *rate* dapat disebabkan oleh pihak internal hotel maupun pihak *travel agent*. Kesalahan dalam penentuan harga kamar atas kekurangan maupun kelebihan dalam memberi harga selama jumlah malam tamu menginap, terhitung dari tanggal tamu *check in* sampai dengan tamu *check out* dapat terjadi ketika pihak *reservation* hotel bernegosiasi masalah harga kamar dengan pihak *travel agent*. Perbedaan *rate* ini dapat menyebabkan pihak hotel melakukan proses penambahan biaya (*additional charge*) maupun potongan harga (*rebate*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perhitungan selisih kurs penjualan kamar pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif deskriptif. Data-data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi pada obyek penelitian serta menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data penelitian, dan penampilan hasilnya .

3. Hasil dan Pembahasan

Hotel Indigo Bali Seminyak Beach didirikan di atas tanah seluas 4,8 hektar di Jalan Camplung Tanduk No.10, Seminyak pada bulan Januari 2013 dengan meratakan bangunan lama yang sudah berdiri sebelumnya. PT Bali Perkasa Sukses yang merupakan anak perusahaan PT Agung Podomoro Land Tbk (APLN), salah satu pengembang *real estate* terbesar di Indonesia bekerja sama dengan InterContinental Hotels Group (IHG) untuk mengelola dan mengembangkan resort dengan membawa brand Hotel Indigo Bali Seminyak yang siap dioperasikan pada 2017. Hotel Indigo merupakan salah satu brand baru dari IHG yang menasar pangsa market wisatawan yang dinamis, serta memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap hal-hal baru dan mencintai seni sebagai bagian dari kehidupan mereka.

Hotel Indigo Bali Seminyak Beach merupakan Hotel Indigo berkonsep Resort pertama di dunia dan resmi dibuka untuk umum pada tanggal 1 Juli 2017. Menyediakan 270 kamar dan 19 villa, termasuk spa, 3 restaurant, 2 bar, sebuah coffee shop serta beach house yang ikonik. Selain itu, Hotel Indigo menawarkan berbagai fasilitas kelas atas yang menonjolkan pelayanan lokal yang unik nan elegan. Hotel Indigo didesain semenarik lingkungan sekitarnya. Hotel ini bukan hanya hotel yang unik, tetapi juga menjadi refleksi komunitas Seminyak yang aktif. Budaya dan cerita dari lingkungan sekitar menjadi landasan dalam menawarkan pengalaman lokal yang otentik, pelayanan penuh ramah-tamah, dan desain modern yang terinspirasi dari tradisi Bali.

Unsur lokal dan warna-warni budaya di lingkungan sekitar menjadi sumber inspirasi konsep desain hotel ini. Aksen tradisional menambah sentuhan di seluruh resor, salah satunya terlihat dari pola geometris yang mengukir elemen kayu. Inspirasi anyaman songket Bali juga menambah cantik dekorasi ruang-ruang di hotel ini. Hotel ini mendukung Artisan Work dengan menampilkan sejumlah karya seni dari seniman lokal di ruang-ruang publik penuh gaya.

Seminyak yang kosmopolitan dan dinamis merupakan destinasi wisata premium di Bali, di mana butik berkelas, kuliner berkualitas dan kehidupan pantai yang berwarna menyatu dengan budaya lokal yang beraneka ragam. Wisatawan sering menghabiskan masa liburan mereka di Seminyak dengan menaklukkan ombak dan menikmati pantai saja. Mereka dapat meluangkan waktu untuk mengenal lebih jauh kearifan lokal, mengeksplorasi arsitektur pura secara mendetail atau menjelajahi pusat perbelanjaan. Ketika sore tiba, menikmati panorama matahari terbenam dengan segelas koktail eksklusif di tangan, lalu menghabiskan malam di lantai dansa ditemani alunan musik internasional. Inilah Seminyak, sebuah urban nan anggun yang menawarkan segala pengalaman unik dan otentik di Bali. Daya tarik yang mumpuni memberi kesempatan yang langka bagi Hotel Indigo Bali Seminyak Beach

untuk berpartisipasi dalam memberikan pengalaman yang menarik nan elegan bagi wisatawan yang berkunjung.

Hotel memiliki suatu produk utama yaitu dengan menjual produk berwujud dan produk tidak berwujud. Produk berwujud dari hotel seperti kamar hotel, restoran, spa, dan fasilitas lainnya. Sedangkan, untuk produk tidak berwujud yaitu kenyamanan, suasana, layanan, dan lain sebagainya. Berbagai jenis produk dan jasa yang ditawarkan dan dapat dijual hotel seperti jenis atau tipe kamar, pelayanan, biaya-biaya yang dikonsumsi oleh sumber daya, aktivitas yang terjadi, dan potensi persaingan dari hotel lainnya. Terdapatnya berbagai jenis produk yang ditawarkan hotel memerlukan suatu penetapan harga pada setiap produk yang dapat dijual (Sholihah, 2017).

Harga menurut Rahayu (2011) ialah nilai untuk suatu barang atau jasa diukur dengan sejumlah uang berdasarkan nilai dimana perusahaan atau seseorang bersedia untuk melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Hotel mempunyai harga jual dengan berbagai jenis tergantung pada tipe kamar yang ditawarkan. Harga jual kamar dapat dikelompokkan atas dua jenis yaitu harga jual pasti dan harga jual potongan. Harga jual kamar yang tidak dapat ditawar atau tidak mendapatkan suatu potongan harga disebut dengan harga jual pasti. Harga kamar menurut Tania & Asmawi (2021) merupakan suatu harga yang ditetapkan oleh pihak perusahaan yang harus dibayarkan oleh tamu yang menginap di hotel, terhitung dari waktu tamu check-in hingga waktu tamu check-out. Tingkatan hunian kamar yang tersedia pada suatu hotel biasanya disebut dengan *room occupancy* merupakan suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual disbanding dengan seluruh jumlah kamar yang mampu terjual.

Penetapan harga menurut Pertiwi (2020) merupakan suatu keputusan penting pada suatu pemasaran karena harga yang dipilih memiliki pengaruh terhadap tingkat permintaan serta menentukan tingkatan aktivitas. Harga yang telampau tinggi ataupun harga yang terlalu rendah dapat menghambat pengembangan suatu produk. Tarif merupakan jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa maupun jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena mempunyai atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Pesoth, 2022).

Travel agent menurut Nurwahid (2019) merupakan orang yang melakukan pekerjaan untuk orang lain, menjadi kunci utama perjalanan. Hal ini tidak hanya untuk menetapkan sasaran pekerjaan, seperti menjual tiket namun juga mengontrol bagaimana cara serta etika pekerjaan berlangsung dilakukan. Dasar yang menjadi peranan suatu lembaga *travel agent* yaitu informasi, distribusi, serta pemesanan dan jasa.

Sistem perbandingan nilai mata uang negara guna mempermudah transaksi antar negara disebut sebagai kurs (Anitaningrum, Mushawir & Wibowo, 2015). Selisih kurs menurut Putra (2018) ialah selisih yang dihasilkan atas pelaporan jumlah unit mata uang asing yang sama dalam mata uang pelaporan pada kurs yang berbeda. Selisih kurs terjadi apabila terdapat perbedaan nilai tukar mata uang rupiah dengan mata uang asing. Selisih kurs penjualan kamar pada Hotel Indigo Bali Seminyak Beach ditemukan pada saat pembuatan invoice yang ditujukan kepada pihak *travel agent* terkait. Terdapat kasus dimana pada bill tamu ditemukannya kesalahan perhitungan harga

karena adanya potongan harga yang tercantum di dalam kontrak kerja sama hotel dengan *travel agent*.

Tabel 1. Harga Kamar

Tipe Kamar	Harga	
Wangsa 1 Bedroom Pool Villa	USD	475.00

Pada kontrak kerja sama travel agent dengan Hotel Indigo Bali Seminyak Beach, diketahui bahwa terdapatnya potongan harga sebagai berikut.

- 1) Menerima penghematan sebesar 10% dari harga kontrak tahunan untuk pemesanan minimal 45 hari sebelum menginap.
- 2) Memesan dan menginap selama 3 malam dan lebih akan menerima tambahan 5% dari harga kontrak tahunan.

Diketahui bahwa pada bill tamu tercantum tamu menginap di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach selama 3 malam yang terhitung dari tanggal 19 Oktober sampai dengan 22 Oktober 2022. Pada kontrak yang tercantum bahwa tipe harga yang diberikan terhadap tipe kamar Wangsa 1 Bedroom Pool Villa sebesar USD 475.00.

Tabel 2. Perhitungan Hotel untuk Harga Kamar Per Malam Pada Email

Harga Kamar	Potongan Harga (%)	Harga per malam	
USD 475.00	10%	USD	427.50

Harga yang disepakati pada email antara pihak reservasi dan pihak travel agent sebesar USD 427.5 per malam, dimana harga ini diperoleh dari pengurangan potongan harga (*discount*) sebesar 10% yang tercantum pada kontrak.

Tabel 3. Perhitungan Hotel untuk Harga Kamar Per Malam Pada Sistem

Harga Kamar	Potongan Harga (%)	Potongan Harga (%)	Harga per malam
USD 475.00	5%	10%	USD 406.13

Namun, setelah diketahui tamu menginap selama 3 malam dan mendapatkan tambahan potongan harga, pihak reservasi hotel mencantumkan harga pada sistem sebesar USD 406.13 per malam. Harga ini diperoleh dari perhitungan USD 475 dikurangi dengan potongan harga sebesar 5% dan 10% secara terpisah, yang seharusnya potongan harga disatukan menjadi 15%. Perhitungan harga kamar per malam yang benar berdasarkan kontrak dari travel agent dapat dilihat pada Tabel 4. di bawah ini.

Tabel 4. Perhitungan Harga Kamar Travel Agent

Harga Kamar	Potongan Harga (%)	Harga per malam	
USD 475.00	15%	USD	403.75

Dasar perhitungan invoice yang dibuat oleh bagian penagihan piutang hotel ialah *back up* atau lampiran yang terdapat pada bill tamu yang merupakan email dari pihak reservasi dengan pihak *travel agent* yang dapat dilihat dari tabel 5 berikut.

Tabel 5. Perhitungan Invoice Hotel

Jumlah Kamar	Jumlah Malam Menginap	Harga per malam	Total Invoice
1 Kamar	3 Malam	USD 427.50	USD 1,282.50

Dasar perhitungan invoice yang seharusnya dari pihak *travel agent* dapat dilihat dari table 6 berikut.

Tabel 6. Perhitungan Invoice Travel Agent

Jumlah Kamar	Jumlah Malam Menginap	Harga per malam	Total Invoice
1 Kamar	3 Malam	USD 403.75	USD 1,211.25

Jika dilihat dari dua perhitungan invoice pada Tabel 5. dan Tabel 6, diketahui bahwa terdapat perbedaan dimana terjadinya selisih kurs sebesar IDR 867 rupiah dengan selisih total invoice sebesar USD 71,25. Jika dikalikan dengan *bookinging rate* pada saat pembuatan invoice yaitu sebesar IDR 15.604 menghasilkan total rupiah sebesar IDR 1,111,785. Perbedaan kurs yang menyebabkan terjadinya selisih sebesar IDR 1,111,785 dari total kedua invoice yang dibuat berdasarkan perhitungan di atas, hal ini dapat menyebabkan kerugian baik dialami pihak *travel agent* yang membayar hutang atas klien yang menginap di hotel dibawah naungan *travel agent* terkait. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan *rate* mempengaruhi pendapatan dari sisi penerimaan yang diperoleh oleh pihak hotel yang menjalin kerja sama dengan pihak *travel agent* itu sendiri.

4. Simpulan

Hotel Indigo Bali Seminyak Beach memiliki kerja sama dengan berbagai pihak *travel agent* baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat selisih penjualan kamar yang disebabkan oleh perbedaan perhitungan dari pihak reservasi hotel karena adanya pengurangan potongan harga (*discount*) dari harga kontrak tahunan yang diterima oleh pihak *travel agent*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perlu dilakukannya sosialisasi maupun pelatihan terhadap departemen-departemen terkait, khususnya departemen reservasi hotel dengan departemen *finance* bagian penagihan piutang hotel (*Account Receivable*) yang terhubung dalam pembuatan invoice guna menagih piutang hotel atas penjualan kamar hotel kepada pihak *travel agent*. Pelatihan diperlukan untuk menyesuaikan nilai kurs terhadap rupiah dalam menentukan *rate* terhadap harga jual kamar karena adanya perbedaan nilai mata uang, kesalahan penentuan harga, serta terdapatnya potongan harga baik yang tercantum dalam kontrak, maupun potongan harga khusus diterima oleh tamu yang tidak tercantum di dalam kontrak dan hanya diketahui oleh pihak reservasi dengan pihak *travel agent* terkait. Menjadikan kontrak yang telah disepakati sebagai dasar dalam pembuatan invoice yang ditujukan kepada pihak *travel agent*. Meningkatkan kehati-hatian dalam menyesuaikan harga kamar yang telah disepakati pihak hotel dengan pihak

travel agent terkait, khususnya terhadap adanya perbedaan *rate* untuk pihak *travel agent* luar negeri.

5. Daftar Rujukan

- Ali, Syed. Nsenje, Christopher. 2017. *The Impact of Exchange Rate Volatility on Hospitality Industry – A Study in Lusaka Province of Zambia. International Journal of Economics and Financial Reseach*. Vol. 3, No. 11.
- Anitaningrum, Mahmudah. Mushawir & Wibowo, Wahyu. 2015. Pengaruh Selisih Kurs Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus Pada PT BMB Eksport Sleman). *Junal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 6 No. 2.
- Bidari, Dayinta Sukma. 2016. Penerapan Pemungutan Pajak Hotel Pada Online Travel Agent (Studi Kasus Pada Hotel Selecta Kota Batu Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah*. Vol 8, No 2.
- Fachrudin, Khaira Amalia. 2022. Analisis Rating dan Harga Kamar Hotel Bintang Lima di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*. Vol 3, No.3.
- Hendriyati, Lutfi. 2019. Pengaruh *Online Travel Agent* terhadap Pemesanan Kamar di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*. Volume 17, Nomor 1.
- Kadir, Poppy Arnold. 2020. Strategi Marketing melalui *Online Travel Agent* dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di *Training Center* Dambil. Volume 6, Nomor 2.
- Putra, Rizki Eka. 2018. Analisis Perlakuan Akuntansi atas Selisih Kurs dan Transaksi dalam Mata Uang Asing Serta Pengaruhnya Terhadap Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada PT. Appipa Indonesia). Vol. 12, No. 2 : 180 – 191.
- Rahayu, Sri. 2011. Pengaruh Harga Jual Kamar Terhadap Nilai Penjualan Pada Hotel Sahin di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 1 No. 2.
- Tania, Adeline & Asmawi. 2021. Analisis Pengaruh Harga Kamar Terhadap Penjualan Kamar di Montigo Resorts Nongsa Batam. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. Volume 6 Nomor 1.
- Putri, Citra Tartilla Nurdita, dkk. 2019. Pengaruh Online Travel Agent terhadap Pemesanan Kamar di Hyatt Regency Yogyakarta. *Edutoruism Journal of Tourism Research*. Vol. 1, No. 02.
- Solekah, Fitrotus. 2018. Implementasi Kerjasama antara Shangrila Hotel dengan Travel Agent sebagai Upaya Meningkatkan Okupansi. *Tourism, Hospitality and Culinary Journal*. Vol. 3, No 1.
- Pesoth, Nikolaus. 2022. Analisis Penerapan Perhitungan Penetapan Tarif Kamar Menggunakan Metode *Activity Based Costing* Pada Heine Hotel Manado. *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Sholihah, Arofah Nur, dkk. 2017. Analisis Perbandingan Penentuan Harga Pokok Kamar Hotel antara *Full Costing* dengan *Activity Based Costing System*(Studi Kasus pada Hotel Istana Hapsari Sukoharjo). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. Vol. 18, No. 01.

