

**ANALISIS LAYANAN E-TICKETING DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN HOTEL SYARIAH GRAND JAMEE MEDAN**

**Cut Nurul Azizah, Fauzi Arif Lubis, Nurbaiti**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[cutnurula3@gmail.com](mailto:cutnurula3@gmail.com), [fauziariflbs@uinsu.ac.id](mailto:fauziariflbs@uinsu.ac.id),

[nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the e-ticketing service in increasing the revenue of the Grand Jamee Medan Syariah Hotel before and after collaborating with the e-ticketing party. This type of research uses a qualitative approach that produces descriptive data in the form of words from interviews conducted by the author to the hotel and hotel guests. The results of this study indicate that the analysis of e-ticketing services obtained by Hotel Syariah Grand Jamee after using e-ticketing is 26% if calculated from 2014 to 2019. This shows that the achievement of the target expected by the hotel is still very low. Based on the results of interviews conducted that this is caused because the hotel is still reluctant to cooperate with several travel agents and the hotel guests themselves there are several obstacles including ease of access because most of the hotel guests are guests who are categorized as late adults where they are less understand the operation of ordering hotel rooms online and the next obstacle found by the author is that the promotion carried out by the hotel is still very low. So it can be concluded that the contribution obtained by the hotel from the use of *e-ticketing* is still very low.

**Keywords:** *E-ticketing, Income, Hotel*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan *e-ticketing* dalam meningkatkan pendapatan Hotel Syariah Grand Jamee Medan sebelum dan sesudah bekerja sama dengan pihak *e-ticketing*. Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pihak hotel dan tamu hotel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, analisis layanan *e-ticketing* yang diperoleh oleh Hotel Syariah Grand Jamee sesudah menggunakan *e-ticketing* sebesar 26 % jika dikalkulasikan dari tahun 2014 hingga 2019. Ini menunjukkan bahwa capaian target yang diharapkan pihak hotel masih sangat rendah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa ini diakibatkan karena pihak hotel yang masih enggan untuk bekerja sama dengan beberapa pihak *travel agent* dan pada tamu hotel itu sendiri terdapat beberapa kendala diantaranya kemudahan akses karena sebagian besar tamu hotel tersebut adalah tamu yang sudah dikategorikan dewasa akhir dimana mereka kurang mengerti pengoperasian dalam memesan kamar hotel melalui *online* dan kendala selanjutnya yang ditemukan oleh penulis adalah dari segi promosi yang dilakukan oleh pihak hotel masih sangat rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa kontribusi yang didapat oleh pihak hotel dari penggunaan *e-ticketing* masih sangat rendah.

**Kata Kunci:** *E-ticketing, Pendapatan, Hotel*

## Pendahuluan

Saat ini Indonesia telah memasuki revolusi digital 4.0 yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan informasi yang memberi banyak perubahan dan pengaruh dalam berbagai aspek kehidupan. Perubahan ini memicu berkembangnya sistem teknologi informasi dan komunikasi beralih menjadi *online*. Melalui perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet, masyarakat dapat melakukan banyak hal dengan mudah, salah satunya dalam memesan tiket secara *online* atau *e-ticketing* tanpa harus keluar rumah.

Dalam menjaga keberlangsungan kehidupan perusahaan harus melakukan beberapa inovasi agar tidak kalah saing dengan perusahaan yang sama. Salah satu perusahaan yang menerapkan sistem pemesanan *e-ticketing* yang bergerak dalam bidang pariwisata adalah Hotel Syariah Grand Jamee yang merupakan hotel berbasis Syariah yang menyuguhkan interior dengan nuansa rumahan dengan harga yang terjangkau. Dalam menerapkan pemesanan *e-ticketing* Hotel Syariah Grand Jamee bekerja sama dengan traveloka, pegi-peggi, dan oyo untuk memanfaatkan teknologi informasi yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dari kemudahan pelayanan yang lebih efektif dan efisien.

Meningkatkan pendapatan hotel merupakan tujuan dari setiap perusahaan pariwisata salah satunya diperoleh dari pemesanan kamar hotel dengan kemudahan akses yang dilakukan oleh Hotel Syariah Grand Jamee. Pendapatan adalah balas jasa atas penggunaan faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga, serta keuntungan/profit. Salah satu indikator yang mempengaruhi pendapatan hotel adalah kemudahan layanan dalam memesan kamar hotel melalui *e-ticketing*.

Berikut lampiran perbandingan pendapatan sebelum menggunakan *e-ticketing* dan sesudah menggunakan *e-ticketing* dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Pendapatan Hotel Syariah Grand Jamee**

No	Tahun	Pendapatan sewa kamar			Persentase Capaian Target
		Langsung	<i>E-Ticketing</i>	Target <i>E-Ticketing</i>	
1	2010	509.258.679	-	-	-
2	2011	987.362.753	-	-	-

3	2012	1.290.371.691	-	-	-
4	2013	1.544.736.707	-	-	-
5	2014	1.754.371.414	25.754.369	300.000.000	9%
6	2015	2.092.639.298	60.357.916	350.000.000	17%
7	2016	2.415.211.576	101.376.824	400.000.000	25%
8	2017	2.651.798.290	150.246.782	450.000.000	33%
9	2018	2.828.513.994	171.758.350	500.000.000	34%
10	2019	3.225.271.430	197.581.718	550.000.000	36%
<b>Rata-rata Capaian Target</b>					<b>26%</b>

sumber: Hotel Syariah Grand Jamee Medan

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa pendapatan *e- ticketing* Hotel Syariah Grand Jamee belum optimal, dimana diperoleh dari rata-rata persentase cukup baik sebesar 26%. Hal ini dapat diketahui dari segi akses pemesanan *e- ticketing* yang belum maksimal pada Hotel Syariah Grand Jamee. Indikator lain yang mempengaruhi yaitu dari segi promosi hotel, masih ada masyarakat yang belum mengetahui keberadaan tersebut yang turut mempengaruhi pendapatan Hotel Syariah Grand Jamee.

Dalam upaya meningkatkan Pendapatan Hotel, kemudahan akses dalam memesan kamar Hotel perlu dilakukan perbaikan. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Davis tentang kemudahan dalam akses adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha. Intensitas penggunaan dan interaksi antar user dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Suatu sistem *online* yang lebih sering digunakan dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan. Dapat diketahui bahwa kemudahan akses dalam pemesanan kamar hotel sebagai salah satu pelayanan yang diberikan pihak hotel.

Selain kemudahan akses, dalam mempromosikan produk atau jasa juga merupakan faktor yang diindikasikan mempengaruhi pendapatan, dimana dalam melakukan segi promosi pihak hotel kurang maksimal dalam mempromosikan melalui sosial media. Tujuan utama dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan secara mendasar adalah memberikan informasi untuk menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh pada meningkatnya penjualan .

## **Kajian Literatur**

### **Pendapatan**

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi *profit* maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

### **Pendapatan berdasarkan prespektif islam**

Dalam ekonomi Islam ditegakan suatu sistem yang adil dan merata dalam mendistribusikan pendapatan. Sistem ini tidak memberikan kebebasan dan hak atas milik pribadi secara individual dalam bidang produksi, tidak pula mengikat mereka dengan satu sistem pemerataan ekonomi yang seolah-olah tidak boleh memiliki kekayaan secara bebas. Selain itu untuk mencapai pemerataan pendapatan kepada masyarakat secara obyektif, Islam menekankan perlunya membagi kekayaan kepada masyarakat melalui kewajiban membayar zakat, mengeluarkan infaq, serta adanya hukum waris dan wasiat serta hibah. Usaha yang dilakukan manusia itu baik dalam bentuk fisik maupun mental dalam rangka menghasilkan produk dalam bentuk barang maupun jasa.

Distribusi pendapatan dalam konteks rumah tangga akan sangat terkait dengan istilah shadaqah. shadaqah konteks terminologi Alquran dapat dipahami dalam dua aspek, yaitu:

- 1) *shadaqah wajibah* yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan distribusi pendapatan berbasis kewajiban.
- 2) *shadaqahnafilah* (sunnah) yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan distribusi pendapatan berbasis amal kariatif, seperti sedekah.

### **Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pendapatan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Penjualan barang

2. Pemberian jasa
3. Penggunaan aset entitas oleh entitas lain yang menghasilkan bunga
4. Royalti
5. Dividen

Dapat disimpulkan bahwa pendapatan dari kegiatan normal perusahaan biasanya diperoleh dari hasil penjualan barang ataupun jasa yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan. Pendapatan yang bukan berasal dari kegiatan normal perusahaan adalah hasil diluar kegiatan utama perusahaan yang sering disebut hasil non operasi. Pendapatan non operasi biasanya dimasukkan ke dalam pendapatan lain lain, misalnya pendapatan bunga dan deviden.

### **Teori Hukum Permintaan**

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang dibeli dalam berbagai situasi dan tingkat harga. Konsep permintaan merupakan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga berbagai tingkat harga. Hukum permintaan menerangkan bahwa *dalam keadaan hal lain tetap apabila harga naik, maka permintaan terhadap suatu barang akan berkurang, dan sebaliknya apabila harga turun, maka permintaan terhadap suatu barang akan meningkat.*

### **Teori Hukum Penawaran**

Dalam pandangan Islam, secara umum tidak banyak yang membedakan anatara teori penawaran konvensional dengan teori penawaran dalam islam hanya saja ada beberapa aspek yang membedakannya diantaranya:

- 1) Bahwa islam memandang manusia secara umum, apakah sebagai konsumen atau produsen, sebagai suatu objek yang terkait dengan nilai-nilai pokok yang didorong oleh islam dalam kehidupan perekonomian adalah kesederhanaan, tidak silau dengan gemerlapnya kenikmatan duniawi dan ekonomis.
- 2) Norma-norma islam yang selalu menemani kehidupan manusia yang halal dan haram. Produk-produk dan transaksi pertukaran barang dan jasa tunduk kepada norma tersebut.

Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa: *makin tinggi harga suatu barang, semakin banyaknya jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut ditawarkan.*

### ***E-Ticketing***

Electronic Ticket atau yang biasa disebut *e-ticketing* merupakan suatu tiket berbentuk digital. *E-ticketing* digunakan untuk menggantikan tiket yang masih berbentuk kertas. Pada dasarnya penggunaan *e-ticketing* sama halnya dengan tiket kertas, hanya saja *e-ticketing* berbentuk digital dan tidak terlihat secara fisik, karena semua data pelanggan disimpan ke dalam sebuah database dan cara pemesanannya melalui digital tanpa harus memesan langsung ke tempat pembelian tiket.

### **Manfaat menggunakan *E-Ticketing***

- 1) simpanan, Mengurangi biaya yang terkait dengan pencetakan tiket dan mengurangi resiko menghilangkan tiket serta mengurangi memerlukan tiket untuk stik, amplop dan pos.
- 2) Aman,
- 3) Setiap pelanggan dapat memesan dan mencetak tiket mereka sendiri.
- 4) Informasi tambahan, *e-ticketing* menyediakan ruang untuk tambahan informasi seperti peta jalan, arah, dan lain informasi pelanggan.
- 5) Periklanan, *e-ticketing* menyediakan kemampuan unik periklanan. Sehingga dapat menarik minat konsumen dalam memesan tiket tersebut sehingga meningkatkan pendapatan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Subjek penelitian merupakan tamu hotel dan pihak hotel sedangkan objek penelitiannya merupakan E-ticketing dan Hotel Syariah Grand Jamee Medan. Penelitian ini dilakukan dengan bantuan catatan lapangan, bantuan foto atau bila memungkinkan dengan bantuan rekaman suara (*interview* dan

*observasi* mendalam oleh peneliti ditempat penelitian). Responden yang akan diwawancarai yaitu pihak hotel, tamu hotel yang menggunakan e-ticketing, dan masyarakat. Dalam penelitian ini, data sekunder yang diambil berupa dokumen yang berkaitan tentang data pendapatan tahun 2010 sampai tahun 2019 mengenai penelitian ini. Tehknik pengumpulan data berupa pengamatan observasi kemudian wawancara dan studi Pustaka.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil**

Hotel Syariah Grand Jamee bermula berdiri berupa wisma yang merupakan bangunan tempat tinggal yang diperuntukkan khusus yang memiliki 23 kamar dan seiring berkembangnya bisnis perusahaan berganti menjadi Hotel dengan nama Hotel Syariah Grand Jamee yang didirikan oleh pengusaha asal dari Kota Bireun, Aceh, bernama Bapak Ridwan Ys.S.Sos pada tahun 2012 yang beralamat di Jalan Ring Road No.92, Sei Kambing B, Kecamatan Medan Sunggal, Medan, Sumatera Utara. Dengan izin usaha pariwisata kota Medan terdapat pada keputusan Meneteri Hukum dan Hak Asasi Mansia Republik Indonesia pada nomor AHU- 52183.AH.01.01 tahun 2012.

Hotel Syariah Grand Jamee memiliki peringkat hotel dengan bintang 3 yang diatur dalam keputusan menteri kebudayaan dan pariwisata No: 0016/PHRI/2013, dengan luas tanah 2.488 m<sup>2</sup> dan dengan luas bangunan 6000 m<sup>2</sup> serta memiliki 100 kamar dengan 3 tipe kamar. Pertama tipe standart, Kemudian tipe kedua tipe delux dan ketiga tipe kamar suite.

Hotel Syariah Grand Jamee juga menyuguhkan beberapa keunggulan hotel dengan memberikan penawaran harga yang lebih terjangkau dengan interior rumahan sehingga memberikan efek nyaman bagi para tamu hotel dan lokasi hotel yang dekat dengan pusat perbelanjaan dimana dapat mempermudah para tamu apabila ingin berbelanja serta lokasi yang dekat dengan loket bus dimana dapat mempermudah calon tamu yang ingin mencari hotel terdekat.

### **Visi dan Misi Hotel Syariah Grand Jamee Medan**

Adapun yang menjadi visi dari Hotel Syariah Grand Jamee adalah “Mewujudkan layanan hotel yang belandaskan nilai-nilai syariah”.

Adapun misi dari Hotel Syariah Grand Jamee Medan adalah

- 1) Memberikan layanan jasa dan produk dengan nilai Syariah
- 2) Menyuguhkan pelayanan yang ramah, sopan, santun, dan ikhlas
- 3) Menciptakan suasana yang aman dan nyaman
- 4) Menerapkan sikap jujur, sabar, sigap dan tanggap
- 5) Menyatukan aspek perusahaan dengan nilai Syariah

## **Pembahasan**

### **Analisis Layanan *E-Ticketing* dalam Meningkatkan Pendapatan Hotel Syariah Grand Jamee Medan**

*E-Ticketing* merupakan elektronik tiket dimana pembelian tiket dilakukan secara online yang bersifat dapat dibatalkan dan ditangguhkan. Dalam sistem pembelian *e-ticketing* tersebut menggunakan akad salam. Akad salam ialah akad jual beli yang pembayarannya dilakukan dimuka sedangkan penyerahan barang dilakukan setelahnya atau sesuai dengan yang disepakati. Ini dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 282. Ayat ini menjelaskan bahwa setiap terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli maka harus disertakan oleh barang bukti dan disertakan oleh beberapa orang saksi agar tidak terjadinya keraguan antara penjual dan pembeli.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ  
وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya...

Jika dilihat dari ayat diatas bahwa dalam melakukan muamalah tidak secara langsung maka dilakukannya pencatatan baik tertulis maupun *online*. Berkaitan dengan *e-ticketing* memang benar bahwa terdapat bukti yang dapat mengurangi rasa keraguan dalam memesan tiket tersebut. *e-ticketing* memudahkan dalam melakukan pembelian tiket hotel.

Akad ini merumuskan bahwa harus terdapat kedua belah pihak yang berakat dan adanya objek yang diakadkan. Syarat- syarat dalam melakukan suatu akad salam adalah terdapat:

Pertama, pembeli dan penjual yang akan berakat dengan kerelaan dari kedua belah pihak dan tidak ingkar janji, kemudian DSN menetapkan bahwa aturan yang terdapat dalam jual beli salam diantara lain:

- 1) Pembayaran harus dilakukan pada waktu yang telah disepakati.
- 2) Ketentuan barang harus dapat diakui sebagai hutang
- 3) Jika barang yang disepakati tidak tersedia atau terjadi cacat maka pihak pembeli memiliki pilihan antara lain membatalkan dan meminta kembali uangnya dan dapat menunggu sampai barang yang diinginkan tersedia.

Kedua, terdapat barang yang akan diakadkan. Barang tersebut harus diketahui manfaat dan kegunaannya dan tidak boleh menukar barang dengan barang lain melainkan sejenis dan yang ketiga adalah sighat atau ijab qabul.

Menurut peneliti dari hasil yang didapat dari lapangan mengenai sistem pemesanan secara *online* ialah dilakukan sesuai yang sudah diterapkan jika menggunakan sistem tersebut. Dari 8 informan yang diwawancarai sebagian tamu hotel mereka mengaku bahwa lebih mudah jika pemesanan kamar hotel dilakukan secara langsung namun ada juga tamu hotel yang menggunakan *e-ticketing* tersebut dengan mengikuti perkembangan zaman dewasa ini. Dari data diatas maka dapat diketahui jika pendapatan hotel mengalami kenaikan yang stagnan karena adanya tamu yang melakukan pemesanan secara langsung dan sebagian besar tamu yang menginap dihotel tersebut adalah orang yang sudah berumur dewasa akhir dan tidak begitu paham mengenai sistem *online* tersebut.

### **Analisis Kemudahan Akses dan Promosi dalam Meningkatkan Pendapatan Hotel Syariah Grand Jamee Medan**

Kemudahan akses merupakan suatu sikap dimana seseorang dipercaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan besbas dari usaha dimana dianggap lebih fleksibel dan mudah dipahami, tidak rumit, mudah dipelajari dan mudah dalam pengopersiannya (*compatible*). Dalam penggunaan *e-ticketing* dimana dapat mempermudah konsumen dalam pemesanan kamar hotel, juga akan dapat mengurangi resiko bagi konsumen apabila pada

hari pemesanan kamar hotel sudah penuh. Hal ini terjadi karena informasi yang diberikan dari penggunaan *e-ticketing* dianggap cukup lengkap dibandingkan jika memesan kamar hotel secara langsung ke hotel.

Kemudahan akses *e-ticketing* didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berfikir bahwa penggunaan layanan *e-ticketing* dapat dengan mudah untuk dipagami, dipelajari dan digunakan. Dalam penelitian ini, kemudahan akses bagi konsumen dipercaya bahwa pemesanan menggunakan *e-ticketing* akan memberikan waktu yang lebih efisien dan akan berkelanjutan dimasa yang akan datang.

Apabila konsumen beranggapan *e-ticketing* mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh konsumen. Apabila para konsumen beranggapan bahwa *e-ticketing* mudah dipahami, simple dan mudah cara pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak membutuhkan banyak usaha.

Sebaliknya, jika para nasabah beranggapan bahwa *e-ticketing* tidak mudah untuk dipelajari, tidak simple, terlalu rumit dan susah dalam pengoperasiannya, maka layanan *e-ticketing* tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi para konsumen untuk menggunakannya. Jika para konsumen beranggapan penggunaan layanan *e-ticketing* tidak membutuhkan banyak usaha dan ketika menggunakan layanan tersebut mereka merasa bahwa pekerjaan yang diinginkan akan lebih mudah, maka *e-ticketing* akan sering digunakan.

Selanjutnya dalam upaya meningkatkan pendapatan Hotel Syariah Grand Jamee, salah satu faktor yang turut memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan adalah promosi merupakan unsur penting yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Menurut Tjiptono, promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada usaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan Kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan promosi tentu tujuan utamanya adalah untuk mencari laba. Menurut Tjiptono pada umumnya kegiatan promosi harus menadarkan kepada tujuan sebagai berikut:

1. Menginformasikan
2. Membujuk
3. Mengingat

Penulis juga berpendapat bahwa dilihat dari teori yang disampaikan Tjiptono tentang kategori promosi seperti menginformasikan, membujuk dan mengingatkan, maka pelaksanaan promosi dari Hotel Syariah Grand Jamee dengan kemudahan pemesanan kamar hotel menggunakan *e-ticketing* belum dikategorikan promosi yang maksimal. Dimana promosi yang dilakukan hanya menggunakan social media seperti facebook dan melalui media cetak seperti baliho. Padahal apabila promosi yang dilakukan maksimal, harapan akan meningkatnya pendapatan hotel Syariah Grand Jamee. Sedangkan apabila promosi yang dilakukan dengan maksimal, seperti menginformasikan bahwa pemesanan kamar hotel bisa melalui *e-ticketing* dimana dengan adanya informasi tersebut dapat mempermudah konsumen dalam memesan kamar hotel tanpa perlu usaha yang cukup keras. Serta dengan adanya pemesanan melalui *e-ticketing*, selain mendapatkan kemudahan juga mendapatkan keuntungan seperti diskon yang diberikan dari pihak hotel dan *travel agent* yang bekerjasama. Namun terdapat masalah yang antara pihak hotel dan salah satu *travel agent* yang bekerjasama dimana factor tersebut mengakibatkan pihak hotel juga belum maksimal dalam mempromosikan bahwasannya hotel tersebut sudah bisa diakses melalui pemesanan *e-ticketing*.

Sejalan dengan Hukum Permintaan dan Penawaran yang menjelaskan hubungan antara harga dan jumlah yang ditawarkan Namun fenomena yang terjadi pada hotel Syariah grand Jamee justru terjadi sebaliknya, dimana Ketika harga yang ditawarkan lebih rendah namun permintaan atas pemesanan hotel Syariah grand jamee tidak meningkat. hal ini disebabkan karena kemudahan akses dalam penggunaan *e-ticketing* yang belum dirasakan oleh konsumen yang mana konsumen dari hotel Syariah grand jamee itu sendiri merupakan konsumen dari kalangan dewasa yang mengaku kesulitan dalam penggunaan akses pemesanan kamar hotel melalui *e- ticketing* serta dari segi promosi yang belum maksimal sehingga informasi yang diterima tentang kemudahan hotel dalam megakses pemesanan ticket dapat menggunakan media online tidak diterima oleh masyarakat luas.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai analisis layanan *e-ticketing* dalam meningkatkan pendapatan Hotel Syariah

Grand Jamee Medan kepada pihak hotel dan tamu hotel maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Layanan yang didapat dalam penggunaan *e-ticketing* di hotel tersebut belum berjalan dengan maksimal sesuai yang diharapkan oleh pihak hotel. Hal ini dikarenakan pihak hotel yang masih enggan melakukan kerjasama dengan beberapa *travel agent* lainnya yang dengan Kerjasama tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan pendapatan hotel.
2. Faktor lain juga dikarenakan kemudahan akses yang diharapkan dapat mempermudah konsumen nyatanya belum dirasakan secara keseluruhan dari konsumen yang menginap. Hal ini dikarenakan konsumen dari Hotel Syariah Grand Jamee sebagian besar merupakan konsumen dengan kategori dewasa akhir sampai dengan lansia awal dengan kisaran usia 36 tahun sampai dengan usia 55 tahun dimana diusia tersebut para konsumen mengalami kesulitan dalam mengakses pemesanan hotel melalui *online*. Serta dari segi promosi yang dilakukan pihak Hotel Syariah Grand Jamee sendiri masih sangat rendah baik dari segi promosi di sosial media tentang adanya pelayanan pemesanan menggunakan media *online* dan promosi dari mulut ke mulut (*mouth of mouth*) dimana promosi juga merupakan bagian penting yang harus dilakukan guna meningkatkan pendapatan dari Hotel Syariah Grand Jamee Medan.

### Referensi

- Ahmadi Bi Rahmani, Nur.” *Metodologi Penelitian Ekonomi*”, Medan: Febi UIN-SU Press, 2016
- Amijaya, Rizky Gilang. “*Pengaruh Presepsi Teknologi, Kemudahan Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi kasus pada Nasabah Bank BCA)* Skripsi, Universitas Diponegoro, 2010
- Alma, Buchari, “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”, Bandung: Alfabeta, 2013
- Akmal Tarigan, Azhari Dkk “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*”, (Medan: La-Tansa Press, tahun)
- BN. Marbun, “*Kamus Manajemen*” Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003
- Arif Fauzi Lubis, *Diktat Pengantar Ilmu Ekonomi 2018*, (buku diktat, tidak diterbitkan)
- Ifham Solihin, “*Buku pintar ekonomi syariah*” Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2010

- Imsar, Muhammad,” *Ekonomi Mikro Islam II: Permintaan, Penawaran Dan Keseimbangan Pasar* “(buku diktat, tidak diterbitkan)
- Joaquin Garcia-Alfaro, dkk.”*Data Privacy Management And Autonomous Spontaneous Security*’  
London New York. Verlag Berlin Heidelberg, 2011
- J. Laxy Moeleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006
- Juliansyah Noor,”*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya ilmiah* Jakarta:  
Kencana, 2011
- Kunawangsih pracooyo, Tri dan Antyo Pracooyo. “*Aspek Dasar Ekonomi Mikro*”, Jakarta:  
PT. Grasindo, 2006
- Kunawangsih pracooyo, Tri dan Antyo Pracooyo. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, Jakarta :PT.  
Grasindo, 2006
- Nurbaiti, *Sistem informasi keuangan/ perbankan (Buku diktat, tidak diterbitkan)*
- Rezesty, M. “*Analisis Penerapan Konsep Bisnis Syariah Pada Hotel Syariah (Studi Kasus Pada Hotel Grand Darussalam Syariah)*” Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017
- Rosyadi, Imron.”*Jaminan Kebendaan Berdasarkan Akad Syariah (Aspek Perikatan Produser Pembebanan dan Eksekusi) Hak Tanggungan, Jamninan Firdaus, Gadai Saham, Hipotek Kapal Laut*“ (Depok: Kencana)
- Soekanti, “*Faktor-faktor produksi*” Jakarta: Salemba Empat, 2002
- Susanto, “*Hotel Properties Act dalam Manajemen Penyelenggaraan Hotel*” Jakarta: Salemba Empat, 2005
- Sujatno, Bambang “*Hotel Courtesy*”, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008
- Sugiarto, E. *Hotel Front Office Administrasion*,
- Tjiptono, Fandi. “*Strategi Pemasaran*” Yogyakarta: Andy Offset, edisi 2, 2010
- Ahmad Fauzi Paturisi, *Implementasi E-Ticketing Pada Penjualan Tiket PT. Putramaju Global Indonesia*, Skripsi, Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019
- Putri Wulandari, *Pengaruh Perubahan Pendapatan Penjualan Tiket Pesawat dan Kapal Pelni Terhadap Perubahan Laba Perusahaan Pada PT. Pesona Bintang Tours & Travel*, Skripsi, Ekonomi, Maritim Ali Haji, 2013

Donni Parulian Clark Kent Lumban Toruan, *Implementasi Kebijakan PT. Kereta Api Indonesia Dalam Pelayanan Penjualan Tiket Kereta Api*, Skripsi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2016

Putri Chairunnisa, *Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Pada Hotel yang Berkonsep Syariah di Kota Medan*, Skripsi, Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.

Artika suniandari, *Pengaruh Penerapan E-Ticketing terhadap tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Kereta* Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol 25 No.1 tahun 2017

Imsar, "Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo ( Arabika) Kabupaten Bener Meriah. (Studi Kasus: Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata)", Laporan Penelitian 2018 h,27

Setiawan, E. B, "Analisis pengaruh nilai teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing perusahaan (studi kasus pemanfaatan e-ticketing terhadap loyalitas pengguna jasa kereta api)", Jurnal Sains dan Teknologi Industri, No 12(2)

Venkatesh, V dan F.D. Davis. "A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model = Four Longitudinal Fields Studies " Management Science Vol. 46, No. 2, Februari, 2000

Kurniawan, Aris "Pengertian Pendapatan-Konsep, Jenis, Sumber, Karakteristik, Pengukuran, Kriteria Para Ahli" <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pendapatan/>. Diunduh pada tanggal 13 Maret 2020, Jam 23.27

Muhammad Irwan padli Nasution (ed.), "Face Recognition Login Authentication for Digital Payment Soution at COVID-19 Pandemic" (Medan: Konferensi International tentang Teknik Komputer dan Informatika, 2020)