



Kesimpulan:

Berdasarkan hasil analisis data booking hotel dari tahun 2015 hingga 2017, diperoleh beberapa temuan utama:

- Tingkat pembatalan (cancellation rate) tercatat sebesar 27% dari total 87.396 data, menunjukkan bahwa hampir sepertiga pemesanan tidak terealisasi.
- Tahun 2017 menjadi periode dengan pendapatan (revenue) tertinggi, meskipun hanya mencakup data hingga bulan Agustus. Hal ini menunjukkan adanya potensi peningkatan revenue jika data mencakup keseluruhan tahun.
- Tipe hotel yang paling banyak digunakan adalah City Hotel, yang mendominasi jumlah pemesanan dan pendapatan dibandingkan Resort Hotel.
- Berdasarkan jenis pelanggan (customer type), kategori Transient merupakan yang paling dominan, diikuti oleh Transient Party and Group.
- Analisis terhadap tipe deposit (deposit type) menunjukkan bahwa pemesanan dengan No Deposit memiliki tingkat pembatalan tertinggi, sedangkan Non Refund memiliki tingkat pembatalan terendah.
- Sebagian besar tamu melakukan pemesanannya jauh sebelum tanggal kedatangan (lead time tinggi), yang menunjukkan adanya kecenderungan pelanggan untuk merencanakan perjalanan jauh hari sebelumnya.

Rekomendasi / Insight:

Berdasarkan temuan di atas, berikut beberapa rekomendasi untuk meningkatkan performa bisnis hotel:

- Meningkatkan sistem kebijakan deposit, dengan memberikan insentif atau diskon ringan bagi pelanggan yang memiliki tipe deposit Non Refund. Hal ini dapat menurunkan tingkat pembatalan pemesanan.
- Memperluas strategi pemasaran pada kategori Transient dan City Hotel, mengingat kedua segmen ini memberikan kontribusi terbesar terhadap revenue.
- Mendorong penawaran promosi khusus untuk pelanggan Group atau Corporate, seperti potongan harga untuk jumlah kamar tertentu, guna meningkatkan okupansi di segmen ini.
- Mengoptimalkan periode high-season, terutama pada bulan-bulan dengan tingkat pemesanan tinggi, melalui strategi harga dinamis (dynamic pricing) dan peningkatan ketersediaan kamar.
- Meningkatkan analisis tren waktu ke depan, dengan memanfaatkan data bulanan secara penuh (terutama untuk tahun 2017 dan seterusnya) agar hotel dapat merancang strategi jangka panjang yang lebih akurat.