



Kesimpulan:

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

1. Tingkat pembatalan (cancellation rate) tercatat sebesar 27% dari total 87.396 data, menunjukkan bahwa hampir sepertiga pemesanan tidak terealisasi.
2. 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.
3. Tipe hotel yang paling banyak digunakan adalah City Hotel, yang mendominasi jumlah pemesanan dan pendapatan dibandingkan Resort Hotel.
4. Berdasarkan jenis pelanggan (customer type), kategori Transient merupakan yang paling dominan, diikuti oleh Transient Party dan Group.
5. Analisis terhadap tipe deposit (deposit type) menunjukkan bahwa pemesanan dengan No Deposit memiliki tingkat pembatalan tertinggi, sedangkan Non Refund memiliki tingkat pembatalan terendah.
6. 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:

1. Meningkatkan sistem kebijakan deposit, dengan memberikan insentif atau diskon ringan bagi pelanggan yang memilih tipe deposit Non Refund. Hal ini dapat menurunkan tingkat pembatalan pemesanan.
2. Memperluas strategi pemasaran pada kategori Transient dan City Hotel, mengingat kedua segmen ini memberikan kontribusi terbesar terhadap revenue.
3. Mendorong penawaran promosi khusus untuk pelanggan Group atau Corporate, seperti potongan harga untuk jumlah kamar tertentu, guna meningkatkan okupansi di segmen ini.
4. Mengoptimalkan periode high-season, terutama pada bulan-bulan dengan tingkat pemesanan tinggi, melalui strategi harga dinamis (dynamic pricing) dan peningkatan ketersediaan kamar.
5. 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.