

INTISARI

Industri pariwisata merupakan salah satu area yang terkena dampak dari adanya krisis global semenjak tahun 2008. Oleh karena itu, hotel-hotel baik di kota besar maupun kota kecil saling berlomba untuk menarik konsumen. Penentuan harga suatu hotel dan hotel yang lain tentu berbeda-beda. Hal ini tidak lepas dari persepsi konsumen terhadap hotel yang digunakan. Persepsi tersebut meliputi kesesuaian antara fasilitas, pelayanan, dan harga yang diberikan oleh hotel. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memasukkan ketiga faktor tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan harga menggunakan metode *fuzzy logic*.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan data dari *database* perusahaan, wawancara langsung dengan karyawan, dan pengambilan sampel konsumen (tamu) menggunakan *questionnaire*. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 50 sampel, dan telah diuji serta dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi studi.

Hasil analisis penelitian yang didapatkan adalah: 1) dengan metode elastisitas permintaan, harga yang didapatkan setelah perhitungan menunjukkan adanya penurunan sehingga *total revenue* pada periode berikutnya turun, 2) simulasi menggunakan metode *fuzzy logic* dengan dua input, yaitu : *total revenue* dan *quantity sold*, dapat menghasilkan kenaikan *total revenue* dari aktualnya, 3) sedangkan simulasi menggunakan metode *fuzzy logic* yang menggunakan tiga input, yaitu : *total revenue*, *quantity sold*, dan *customer perception* menghasilkan harga yang turun dari harga aktualnya, yang sekaligus menyebabkan penurunan pada *total revenue*. Hal ini dilakukan untuk dapat mencapai harga yang diinginkan konsumen, yaitu dengan rata-rata penurunan harga sekitar Rp 33.000,00 dari harga yang diberikan produsen.

Kata kunci : *fuzzy logic*, elastisitas permintaan, *total revenue*, penentuan harga, proyeksi pendapatan