ANALISIS OPTIMALISASI SUMBER PENDAPATAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN REVENUE PADA AAHANA VILLAGE BALI CANGGU

Anik Yuesti[1,*], Ni Made Mirantiasih[2], Carmen C. Menes[3], Dennis V. Madrigal[4]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
[3,4]University of Negros Occidental Recoletos, Bacolod City, Filipina
[*]Email: anikyuesti@unmas.ac.id

ABSTRAK

Industri hospitality merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendukung perkembangan pariwisata di Bali. Persaingan usaha akomodasi yang semakin meningkat mendorong hotel untuk tidak hanya mengandalkan pendapatan kamar, tetapi juga mengoptimalkan sumber pendapatan lainnya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Aahana Village Bali Canggu dengan tujuan menganalisis sumber pendapatan hotel, mengidentifikasi potensi pendapatan non-room, serta menyusun rekomendasi strategi upselling dan cross-selling untuk meningkatkan revenue. Metode yang digunakan meliputi observasi langsung, pengumpulan dan pencatatan data pendukung, analisis deskriptif, serta penyusunan rekomendasi strategi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendapatan Aahana Village pada periode Januari–Juli 2026 masih didominasi oleh room revenue dengan kontribusi sekitar 85%. Sumber pendapatan lainnya terdiri dari breakfast sebesar 4,60%, F&B non-room sebesar 8,92%, laundry sebesar 0,66%, transport sebesar 0,50%, dan miscellaneous income sebesar 0,32%. Selain itu, terdapat beberapa layanan yang belum memberikan kontribusi optimal, yaitu spa, candle light dinner, floating tray, romantic decoration, multifunction venue, serta peluang aktivitas wisata. Hasil kegiatan menghasilkan rekomendasi optimalisasi layanan tambahan, pengembangan paket layanan, pemanfaatan multifunction venue, serta penerapan strategi upselling dan cross-selling yang disesuaikan dengan kebutuhan tamu. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan non-room dan mengurangi ketergantungan terhadap room revenue.

Kata Kunci : revenue, pendapatan non-room, hospitality, upselling, cross-selling

ANALISIS SITUASI

Aahana Village Bali Canggu merupakan boutique stay yang berlokasi di Gg. Sri Kahyangan, Jalan Pantai Berawa, Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Aahana Village mengusung konsep boutique stay yang terinspirasi dari suasana rumah bangsawan Bali dengan perpaduan kenyamanan kehidupan modern. Akomodasi ini memiliki 21 kamar serta berbagai fasilitas dan layanan yang mendukung kebutuhan tamu selama menginap. Fasilitas dan layanan tersebut meliputi restoran dan bar, kolam renang, laundry, airport transfer, spa melalui terapis dari pihak eksternal, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, dan multifunction venue. Keberadaan berbagai fasilitas dan layanan tersebut menunjukkan bahwa Aahana Village memiliki sumber pendapatan yang cukup beragam di luar room revenue.

Berdasarkan data periode Januari sampai Juli 2026, pendapatan Aahana Village masih didominasi oleh room revenue dengan kontribusi sekitar 85% dari total pendapatan. Selain itu, tingkat occupancy mengalami fluktuasi selama periode

pengamatan, yaitu sebesar 36% pada Januari, 49% pada Februari, 48% pada Maret, 43% pada April, 70% pada Mei, 81% pada Juni, dan 75% pada Juli. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat hunian mengalami perubahan dari waktu ke waktu dan menjadi salah satu kondisi yang perlu diperhatikan dalam menjaga kestabilan pendapatan hotel.

Di sisi lain, beberapa layanan tambahan yang dimiliki Aahana Village masih belum memberikan kontribusi secara optimal. Selain itu, terdapat peluang pengembangan layanan tour atau aktivitas wisata melalui kerja sama dengan pihak eksternal. Kondisi tersebut menyebabkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan belum maksimal (Rasyidin, dkk., 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Aahana Village memiliki peluang untuk mengembangkan sumber pendapatan non-room melalui pemanfaatan fasilitas dan layanan yang telah tersedia.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini diarahkan pada analisis optimalisasi sumber pendapatan sebagai upaya meningkatkan revenue Aahana Village Bali Canggu. Kegiatan dilakukan melalui observasi, pengumpulan data pendukung, analisis sumber pendapatan, identifikasi potensi layanan tambahan, serta penyusunan rekomendasi strategi yang dapat dipertimbangkan oleh pihak manajemen..

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kondisi Aahana Village Bali Canggu, terdapat tiga permasalahan utama yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan, yaitu:

1. Ketergantungan terhadap room revenue.
2. Belum optimalnya kontribusi sumber pendapatan non-room.
3. Belum optimalnya strategi upselling dan cross-selling.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Aahana Village Bali Canggu, solusi yang diberikan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Analisis kontribusi dan potensi sumber pendapatan hotel.
   Analisis dilakukan untuk mengetahui sumber pendapatan yang paling dominan serta mengidentifikasi sumber pendapatan yang masih memiliki peluang untuk dikembangkan, khususnya sumber pendapatan di luar room revenue.
2. Analisis optimalisasi layanan tambahan sebagai sumber pendapatan.
   Analisis dilakukan terhadap berbagai layanan yang tersedia, seperti spa, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, multifunction venue, serta tour atau aktivitas wisata. Hasil analisis digunakan untuk menyusun rekomendasi pemanfaatan layanan yang masih memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan tambahan.
3. Analisis strategi upselling dan cross-selling untuk meningkatkan revenue. Upselling diarahkan pada penawaran upgrade tipe kamar, sedangkan cross-selling

dilakukan melalui penawaran layanan tambahan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik tamu, seperti spa, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, dan aktivitas wisata

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan beberapa metode sebagai berikut:

a. Observasi Langsung
   Observasi dilakukan terhadap kondisi operasional Aahana Village Bali Canggu, khususnya sumber pendapatan hotel, tingkat occupancy, pemanfaatan fasilitas dan layanan tambahan, serta peluang penerapan upselling dan cross-selling. Selain itu, dilakukan pengamatan terhadap berbagai fasilitas dan layanan yang tersedia di hotel.
b. Pengumpulan dan Pencatatan Data Pendukung
   Data pendukung yang dikumpulkan meliputi data occupancy periode Januari sampai Juli 2026, data pendapatan berdasarkan sumber revenue, serta informasi mengenai fasilitas dan layanan yang tersedia di Aahana Village Bali Canggu.
c. Analisis Deskriptif
   Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui kondisi sumber pendapatan hotel, mengidentifikasi potensi pengembangan pendapatan non-room, serta menganalisis peluang optimalisasi fasilitas, layanan tambahan, upselling, dan cross-selling.
d. Penyusunan Rekomendasi
   Berdasarkan hasil observasi dan analisis, disusun rekomendasi berupa strategi sederhana terkait optimalisasi sumber pendapatan yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Aahana Village Bali Canggu dalam upaya meningkatkan revenue hotel.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Aahana Village Bali Canggu dilaksanakan pada tanggal 20 Juli sampai dengan 28 Agustus 2026. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada analisis sumber pendapatan hotel, identifikasi potensi pendapatan non-room, serta penyusunan strategi optimalisasi revenue melalui pemanfaatan layanan tambahan dan strategi upselling serta cross-selling.

1. Analisis Kontribusi dan Potensi Sumber Pendapatan Hotel

Berdasarkan data pendapatan Aahana Village selama periode Januari sampai Juli 2026, pendapatan hotel masih didominasi oleh room revenue dengan kontribusi sebesar 85% dari total pendapatan. Sementara itu, sumber pendapatan lainnya berasal dari breakfast sebesar 4,60%, F&B non-room sebesar 8,92%, laundry sebesar 0,66%, transport sebesar 0,50%, dan miscellaneous income sebesar 0,32%. Miscellaneous income tersebut berasal dari penjualan yukata dan loss and breakage.

Tabel 1. Kontribusi Sumber Pendapatan Periode Januari–Juli 2026

No.	Sumber Pendapatan	Kontribusi
1	Room Revenue	85,00%
2	Breakfast	4,60%
3	F&B Non-Room Revenue	8,92%
4	Laundry	0,66%
5	Transport	0,50%
6	Miscellaneous Income	0,32%
	Total	100,00%

Sumber: Data internal Aahana Village Bali Canggu, diolah.

Besarnya kontribusi room revenue menunjukkan bahwa penjualan kamar masih menjadi sumber pendapatan utama hotel. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa revenue hotel cukup dipengaruhi oleh tingkat occupancy. Peningkatan pendapatan tidak hanya dapat diarahkan pada peningkatan occupancy, tetapi juga pada peningkatan pendapatan dari setiap tamu yang telah menginap.

Selain sumber pendapatan yang telah berjalan, terdapat beberapa sumber pendapatan yang belum memberikan kontribusi secara optimal. Berdasarkan data periode Januari sampai Juli 2026, spa, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, multifunction venue, serta tour atau aktivitas wisata tercatat memiliki kontribusi sebesar 0% dan masih memiliki peluang untuk dikembangkan.

Tabel 2. Potensi Sumber Pendapatan yang Belum Optimal Periode Januari–Juli 2026

No.	Sumber Pendapatan	Kontribusi
1	Spa	0%
2	Candle Light Dinner	0%
3	Floating Tray	0%
4	Romantic Decoration	0%
5	Multi Function Venue	0%
6	Tour/Aktivitas Wisata	0%

Sumber: Data internal Aahana Village Bali Canggu, diolah

2. Analisis Optimalisasi Layanan Tambahan sebagai Sumber Pendapatan

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa terdapat enam layanan tambahan yang memiliki peluang untuk dioptimalkan sebagai sumber pendapatan, yaitu spa, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, multifunction venue, serta tour atau aktivitas wisata. Beberapa layanan masih belum menghasilkan atau masih jarang menghasilkan transaksi, sedangkan multifunction venue masih memiliki tingkat pemanfaatan yang terbatas.

Tabel 3. Potensi Optimalisasi Layanan Tambahan

No.	Layanan Tambahan	Kondisi Saat Ini	Potensi Optimalisasi
1	Spa	Belum menghasilkan transaksi	Ditawarkan sebagai layanan tambahan kepada tamu selama menginap
2	Candle Light Dinner	Belum menghasilkan transaksi	Dikembangkan sebagai layanan pengalaman khusus bagi pasangan/tamu
3	Floating Tray	Belum menghasilkan transaksi	Ditawarkan sebagai tambahan untuk meningkatkan nilai transaksi tamu
4	Romantic Decoration	Masih jarang menghasilkan transaksi	Dikembangkan sebagai paket tambahan untuk kebutuhan perayaan atau pengalaman romantis
5	Multifunction Venue	Pemanfaatannya masih terbatas dan belum banyak mendapatkan pemesanan	Dioptimalkan untuk yoga, wellness gathering, casual meeting, maupun kegiatan lainnya
6	Tour/Aktivitas Wisata	Masih berupa peluang pengembangan melalui pihak eksternal	Dikembangkan melalui kerja sama dengan penyedia aktivitas wisata

Optimalisasi layanan tambahan dapat dilakukan dengan meningkatkan penawaran kepada tamu dan menyesuaikan layanan dengan kebutuhan serta karakteristik tamu. Multifunction venue juga dapat dikembangkan untuk kegiatan seperti yoga, wellness gathering, dan casual meeting. Sementara itu, layanan tour atau aktivitas wisata dapat dikembangkan melalui kerja sama dengan penyedia aktivitas wisata dari pihak eksternal.

3. Analisis Strategi Upselling dan Cross-Selling untuk Meningkatkan Revenue

Berdasarkan hasil observasi terhadap produk dan layanan yang tersedia di Aahana Village Bali Canggu, terdapat peluang untuk meningkatkan nilai transaksi tamu melalui penerapan strategi upselling dan cross-selling. Strategi upselling diarahkan pada penawaran produk utama dengan nilai yang lebih tinggi, sedangkan cross-selling dilakukan dengan menawarkan produk atau layanan tambahan yang relevan dengan kebutuhan tamu.

Strategi upselling dapat diterapkan melalui penawaran upgrade tipe kamar kepada tamu yang melakukan reservasi. Penawaran dilakukan dengan memberikan pilihan kamar dengan tipe atau fasilitas yang lebih tinggi sehingga tamu memiliki alternatif untuk meningkatkan nilai pembelian utamanya.

Sementara itu, strategi cross-selling dapat diterapkan melalui penawaran layanan tambahan yang telah tersedia di Aahana Village, seperti spa, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, dan aktivitas wisata. Penawaran disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan tamu. Misalnya, romantic decoration dapat ditawarkan kepada tamu yang merayakan honeymoon atau anniversary, floating tray kepada tamu yang menggunakan fasilitas kolam renang, serta aktivitas wisata kepada tamu yang memiliki minat melakukan kegiatan selama berada di Bali.

Tabel 4. Strategi Upselling dan Cross-Selling

No	Produk/ Layanan Utama	Strategi	Produk/Layanan Tambahan	Cara Penawaran kepada Tamu
1	Room	Upselling	Upgrade tipe kamar	Menawarkan pilihan kamar dengan tipe atau fasilitas yang lebih tinggi saat proses reservasi
2	Room	Cross-Selling	Spa	Menawarkan layanan spa kepada tamu saat reservasi atau selama menginap
3	Room	Cross-Selling	Candle Light Dinner	Menawarkan paket makan malam romantis kepada pasangan atau tamu yang memiliki kebutuhan khusus
4	Room	Cross-Selling	Floating Tray	Menawarkan floating tray sebagai tambahan selama tamu menginap, khususnya kepada tamu yang menggunakan fasilitas kolam renang
5	Room	Cross-Selling	Romantic Decoration	Menawarkan dekorasi romantis kepada tamu yang merayakan honeymoon, anniversary, atau momen khusus
6	Room	Cross-Selling	Aktivitas Wisata/Tour	Menawarkan pilihan aktivitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan minat tamu melalui kerja sama dengan pihak eksternal

Berdasarkan tabel tersebut, strategi upselling diarahkan pada peningkatan nilai pembelian utama melalui penawaran upgrade tipe kamar. Sementara itu, strategi cross-selling diarahkan pada penawaran layanan tambahan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik tamu. Penerapan kedua strategi tersebut dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan nilai transaksi per tamu dengan memanfaatkan produk dan layanan yang telah tersedia di Aahana Village Bali Canggu.

4. Rekapitulasi Data Occupancy sebagai Data Pendukung

Sebagai program kerja tambahan, dilakukan pengumpulan dan rekapitulasi data occupancy periode Januari sampai Juli 2026. Data tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk menggambarkan perubahan tingkat hunian dan membantu analisis kondisi pendapatan hotel.

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat occupancy mengalami fluktuasi selama periode Januari sampai Juli 2026. Occupancy terendah terjadi pada Januari sebesar 36%, sedangkan occupancy tertinggi terjadi pada Juni sebesar 81%. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya perubahan tingkat hunian yang perlu diperhatikan dalam menjaga kestabilan pendapatan hotel.

Tabel 5. Rekapitulasi Data Occupancy Periode Januari–Juli 2026

No.	Bulan	Occupancy	Keterangan
1	Januari	36%	Occupancy relatif rendah
2	Februari	49%	Occupancy meningkat dibanding Januari
3	Maret	48%	Occupancy sedikit menurun
4	April	43%	Occupancy menurun
5	Mei	70%	Occupancy meningkat cukup signifikan
6	Juni	81%	Occupancy tertinggi selama periode pengamatan
7	Juli	75%	Occupancy menurun dibanding Juni

Sumber: Data internal Aahana Village Bali Canggu, diolah

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Aahana Village Bali Canggu, dapat disimpulkan bahwa struktur pendapatan hotel masih didominasi oleh room revenue sebesar 85%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Aahana Village masih memiliki ketergantungan yang cukup tinggi terhadap penjualan kamar dan tingkat occupancy.

Aahana Village juga memiliki beberapa layanan tambahan yang masih memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan non-room, yaitu spa, Candle Light Dinner, floating tray, romantic decoration, multifunction venue, serta tour atau aktivitas wisata. Selain itu, terdapat peluang penerapan strategi upselling dan cross-selling melalui penawaran upgrade tipe kamar serta layanan tambahan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik tamu. Penerapan strategi tersebut dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan nilai transaksi per tamu dengan memanfaatkan produk dan layanan yang telah tersedia.

Berdasarkan hasil kegiatan, Aahana Village disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan sumber pendapatan non-room, mengembangkan layanan tambahan yang tersedia, serta menerapkan strategi upselling dan cross-selling secara lebih terarah. Pengembangan paket atau bundling layanan juga dapat dilakukan untuk memberikan pilihan yang lebih menarik bagi tamu sekaligus meningkatkan nilai transaksi. Selain itu, multifunction venue dapat dioptimalkan untuk kegiatan seperti yoga, wellness gathering, dan casual meeting, sedangkan layanan tour atau aktivitas wisata dapat dikembangkan melalui kerja sama dengan pihak eksternal. Evaluasi secara berkala terhadap pemanfaatan dan kontribusi sumber pendapatan juga diperlukan untuk mengetahui layanan yang telah berjalan dengan baik maupun yang masih membutuhkan pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

Rasyidin, M., Indriani, J. D., Mubarak, H., & Sridewi, N. (2026). Penguatan Digitalisasi UMKM melalui Implementasi Sistem Informasi dan Pendampingan Digital Marketing Berbasis Ekonomi Kreatif. Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS), 5(1), 109-122.