

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN *OCCUPANCY* HOTEL DI MASA PANDEMI
COVID-19 DI SINTESA PENINSULA HOTEL MANADO**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

Oleh :

**Sharon Giorgina Tumbol
18064015**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
PROGRAM STUDI D4 PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MANADO**

2022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	II
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	III
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	IV
MOTTO	V
RIWAYAT HIDUP	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK	X
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Penelitian Terdahulu	5
2.2. Pengertian Digital	7
2.3. Pengertian Marketing.....	11
2.4. Pengertian Digital Marketing.....	16
2.5. Pengertian Hotel <i>Occupancy</i>	20

2.6. Pengertian Analisis	27
2.7. Pengertian Strategi	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Tempat Penelitian	23
3.3. Waktu Penelitian	24
3.4. Sumber Data	24
3.5. Metode Penelitian	25
3.6. Metode Analisis Data	26
3.7. Tahap Persiapan.....	26
BAB IV PEMBAHASAN	27
4.1. Profil Hotel	27
4.2. Sistem Marketing Yang DiTerapkan Hotel	35
4.3. Jenis Digital Marketing Media Sosial Yang Di Gunakan Hotel .	38
4.4. Akun Media Sosial Hotel	40
4.5. Jangkauan Akun Media Sosial Hotel	40
4.6. Sistem Marketing Hotel Sebelum Menerapkan Sistem Digital Marketing	41
4.7. Sistem Marketing Hotel Sesudah Menerapkan Sistem Digital Marketing	42
4.8. <i>Occupancy</i> Hotel Sebelum Pandemi Covid-19	43
4.9. <i>Occupancy</i> Hotel Saat Awal Pandemi Covid-19 Bberlangsung ..	43
4.10. Analisis Efektivitasan Strategi Digital Marketing Pada Masa Covid-19	45
4.11. Pendapatan Hotel	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern membawa banyak perubahan pada banyak sektor kehidupan manusia, salah satunya adalah perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang begitu cepat juga mempengaruhi sektor pariwisata, dan pada penelitian ini penulis khusus akan membahas pada bagian perhotelan, yaitu pada bidang marketing. Perkembangan teknologi yang sudah mulai memasuki era digitalisasi dan era *industry 4.0* yang keduanya berfokus pada interkoneksi, *otomatisasi*, *machine learning*, dan *real time data* memacu bidang bisnis perhotelan menyesuaikan system marketingnya untuk dapat beradaptasi dan mulai mengembangkan system marketing ke arah digital.

Di jaman modernisasi saat ini semua aktivitas dipermudahkan dengan adanya media sosial, dan dari wadah inilah banyak bisnis dan perusahaan-perusahaan yang semakin mudah untuk mempromosikan bisnis atau perusahaan mereka, salah satunya perhotelan. Banyak sekali hotel-hotel yang mulai dan sudah menerapkan sistem Digital Marketing dan memacu system Digital Marketing mereka salah satunya dengan Media Sosial untuk mempromosikan hotel mereka, dan kemudahan yang di dapat dan mengeluarkan biaya yang sedikit untuk mempromosikan hotel iklan dapat tersebar luas dan tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Pada saat ini kita juga sedang menghadapi bencana global pandemi, yaitu Covid-19. Munculnya wabah Covid-19 sangat berdampak buruk pada sektor kehidupan manusia, sosial, dan ekonomi. Salah satu sektor ekonomi yang paling terdampak adalah sektor pariwisata khususnya perhotelan. Pandemi Covid-19 ini menyebabkan gangguan pada perjalanan wisata karena keengganan masyarakat untuk melakukan perjalanan, yang mana pandemi ini mengharuskan kita membatasi kegiatan bertatap muka secara langsung, dan aturan-aturan yang harus diterapkan di berbagai tempat, seperti protokol kesehatan Covid-19. Pendapatan hotel menurun drastic pada saat pandemi Covid-19, awalnya sebelum adanya covid-19 berdasarkan data penjualan hotel yang didapat *occupancy rate* ketika *high season* bisa mencapai 85%-90% dan saat *low season* mencapai 70%-75%. Berbanding jauh pada saat *pandemic covid-19 occupancy rate* hanya mencapai 15% yaitu pada bulan Januari-November 2020. Setelah terjadi kelonggaran saat pandemi Covid-19, dan protokol kembali berangsur-angsur normal promosi tetap dilakukan melalui media Digital. Pada saat itu berdasarkan data penjualan yang didapat *occupancy rate* mulai meningkat pada bulan Desember 2020 *occupancy rate* mencapai 45% tapi belum sesuai yang diharapkan hotel, karena pada masa normal *occupancy* hotel bisa mencapai 80%-90%.. Untuk itu perlu dilakukan strategi Digital Marketing yang lebih baik, dan mengikuti trend marketing, atau trand pasar. Dengan masalah diatas peneliti mengangkat judul skripsi **“Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Occupancy Hotel Dimasa Pandemi Covid-19 Di Sintesa Peninsula Hotel Manado”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang sudah penulis paparkan pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Digital Marketing dalam meningkatkan occupancy hotel di masa pandemic Covid-19 Di Sintesa Peninsula Hotel Manado?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang diangkat, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian skripsi ini adalah:

Mendeskripsikan dan Menganalisis strategi Digital Marketing dalam meningkatkan *Occupancy* Hotel di masa pandemi Covid-19 di Sintesa Peninsula Hotel Manado.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang didapatkan dengan mengadakan penelitian ini yang kemudian dituangkan dalam penelitian skripsi ini adalah:

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dalam dunia perhotelan dan digital marketing, serta menjadikan ini sebagai pelajaran kedepannya agar bisa lebih baik lagi dan lebih mengerti tentang dunia marketing dan lebih khususnya perhotelan.

2. Bagi Politeknik negeri Manado (Jurusan Pariwisata)

Agar bisa menjadi salah satu contoh pembelajaran kepada mahasiswa-mahasiswi perhotelan yang lain, dan juga agar bisa menjadi acuan para

mahasiswa untuk lebih aktif dalam mempelajari cara menaikan occupancy hotel.

3. Untuk masyarakat

Menambah informasi kepada masyarakat tentang kemajuan zaman, teknologi, dan inovasi-inovasi baru dalam hal mempromosikan sesuatu. Agar masyarakat juga lebih mengenal era digital, khususnya digital marketing.