

**STRATEGI PEMASARAN OLEH DEPARTEMEN FRONT  
OFFICE DI ERA DIGITAL DALAM  
MENAIKAN REVENUE HOTEL BEST  
WESTERN MANADO**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**AFDHAD KEMAL SUMAILA**

**NIM : 20064099**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO JURUSAN PARIWISATA  
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN PERHOTELAN  
TAHUN 2024**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>BIOGRAFI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	<b>1</b>
1.2. PERUMUSAN MASALAH.....	<b>4</b>
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	<b>4</b>
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	<b>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN TEORI</b> .....	<b>5</b>
2.1. LANDASAN TEORI.....	<b>5</b>
2.1.1. Front Office.....	<b>5</b>
2.1.2 Konsep Strategi Pemasaran.....	<b>5</b>
2.1.3 Konsep Pemasaran Digital.....	<b>6</b>
2.1.4 Jenis-jenis Digital Marketing.....	<b>8</b>
2.1.5 Kelebihan Digital Marketing.....	<b>8</b>
2.2 Revenue .....	<b>9</b>
2.3 Kerangka Berpikir.....	<b>10</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>10</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	<b>11</b>
3.2. Tempat penelitian.....	<b>11</b>
3.3. Waktu Penelitian .....	<b>11</b>
3.4. Sumber Data .....	<b>11</b>
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	<b>12</b>

<b>3.6. Metode Analisis Data .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>14</b>
<b>4.1. Profi Hotel .....</b>	<b>14</b>
4.1.1. Sejarah Best Western The Lagoon Hotel.....	14
4.1.2. Visi Dan Misi Best Western The Lagoon Hotel Manado .....	16
4.1.3. Lokasi Best Western The Lagoon Hotel Manado.....	16
4.1.4. Logo Best Western The Lagoon Hotel .....	17
4.1.5. Fasilitas Best Western The Lagoon Hotel Manado .....	18
4.1.6. Fasilitas Penunjang .....	19
4.1.8. Job Description .....	21
<b>4.2 Hasil Observasi .....</b>	<b>24</b>
4.2.1 Income For The Year Of 2023 .....	24
4.2.2 Income For The Year Of 2024 .....	25
<b>4.3 Analisis Strategi Marketing Dalam Menaikan Revenue Hotel .....</b>	<b>29</b>
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>30</b>
4.4.1. Strategi Marketing .....	30
4.4.2 Startegi Pemasaran Oleh Departemen Front Office .....	32
4.4.3 Strategi Pemasaran Digital.....	33
4.4.4 Strategi Pemasaran Yang Di Terapkan Hotel .....	34
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>36</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>36</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>36</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>38</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>40</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern membawa banyak perubahan pada banyak sector kehidupan manusia, salah satu nya adalah perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang begitu cepat juga dapat mempengaruhi sector pariwisata, dan pada penelitian ini penulis kusus akan membahas pada bagian perhotelan, yaitu pada bidang *marketing*. Perkembangan *technology* yang sudah mulai memasuki era digitalisasi dan era *industry* yang keduanya berfokus pada interkonektivitas, otomatisasi, *machine*, dan *realtime* data memacu bidang bisnis perhotelan menyesuaikan *system marketing* nya untuk dapat beradaptasi dan mulai mengembangkan *system marketing* kearah digital.

Di zaman modernisasi saat ini semua aktifitas di permudahkan 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 *system Digital Marketing* dan memacu *system Digital Marketing* mereka salah satu nya dengan media sosial untuk mempromosikan hotel mereka maupun produk yang mereka jual, dan kemudahan yang didapat dan menguarkan biaya yang sedikit untuk mem promosikan hotel iklan dan dapat tersebar luas ke berbagai *platform* media dan tanpa harus ber tatapan muka secara langsung.

Manado merupakan kota wisata yang ada di Sulawesi utara sehingga banyak nya pesaing hotel di manado yang membuat hotel-hotel yang ada bersaing secara ketat. Oleh karena dengan banyaknya pesaing di butuhkan beberapa strategi untuk

meningkatkan *occupancy* nya agar tercapainya target hotel dalam meningkatkan *revenue* hotel Best Western The Lagoon Manado. Karyawan di hotel Best Western The Lagoon Manado berjumlah 7 orang dan belum adanya staf pemasaran di dalam pembagian *department* dan pada saat pandemic covid-19 banyaknya staf yang di PHK dari berbagai *department* dan hotel juga sempat menutup *Online Travel Agent* (OTA) sehingga *walk in guest* dan calon tamu menurun, ini salah satu rendahnya tingkat hunian kamar karena tidak ada staf yang khusus dalam meningkatkan kamar dalam promosi penjualan kamar. Di mana staf terdiri dari 1 orang *General Manager*, 1 orang *Accounting*, 1 orang *Houskeeping*, 2 orang *Front Office* dan 2 orang *Food and Beverage*. Dapat disimpulkan bahwa tenaga sumber daya manusia bagian pemasaran belum ada di hotel Best Western The Lagoon Manado. Masih kurangnya promosi Hotel Best Western The Lagoon Manado kepada calon tamu, saat ini di tengah persaingan hotel tersebut tugas dan peranan penting bagian pemasaran, yaitu mengusahakan agar kamar-kamar yang waktu sepi dapat terisi, selain itu agar dapat meningkatkan volume penjualan dari waktu ke waktu. Hotel Best Western The Lagoon Manado telah mengupayakan berbagai cara promosi seperti pada akun *media social* seperti *instagram*, *whatsapp* dan *facebook* tetapi hasilnya belum mencapai target dalam menaikkan *revenue* hotel. Berdasarkan hal inilah Best Western The Lagoon Manado mulai bergeser ke dunia *digital marketing* dalam menaikkan *revenue* hotel. Solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memanfaatkan peran teknologi informasi telah menjadi trend dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran. Pergeseran ke digitalisasi dalam dunia teknologi mengubah cara kerja para pelaku bisnis untuk beradaptasi lebih cepat, dengan perkembangan tersebut, media social menjadi salah satu

teknologinya yang paling populer dan sangat di minati oleh pengguna saat ini. Penggunaan teknologi digital yang di peroleh melalui pemasaran digital di anggap sebagai saluran dengan potensi besar dalam mencapai efektivitas tujuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa definisi *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran yang melibatkan media berbasis *internet* Farid (2023). *Digital Marketing* membuat kegiatan promosi menjadi praktis dan mudah. Kemudahan *Digital Marketing* menjadi fasilitas yang sangat nyaman dan lengkap dalam menampilkan informasi tidak hanya berupa teks dan audio, tetapi juga dapat memberikan informasi berupa gambar maupun video yang mana lebih mudah memberikan gambaran dan visualisasi yang lengkap terhadap masyarakat Aditya (2023). Penggunaan *digital marketing* juga lebih melihat *system digital* apa yang sering di akses oleh masyarakat. *System digital marketing* yang sering digunakan masyarakat adalah sosial media. Penelitian ini mendiskripsikan strategi promosi melalui *digital marketing* dalam upaya menaikkan *revenue* hotel. Penggunaan *social media* dalam bisnis hotel banyak di pergunakan oleh pelaku usaha guna meningkatkan *revenue*. Hal ini di karenakan hotel harus bertahan pada masa sulit sehingga harus merubah bentuk strategi pemasarannya di samping ketidakmungkinan untuk melakukan pemasaran secara langsung ke masyarakat. Dengan menurunnya peminat dan kepercayaan masyarakat terkait kenyamanan, kebersihan, dan keamanan menjadikan hotel Best Western The Lagoon Manado juga mencari cara untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat yang ujungnya adalah untuk meningkatkan *revenue* hotel. Berdasarkan latar diatas maka peneliti mengambil

judul Strategi Pemasaran Oleh Departemen Front Office Di Era Digital Dalam Menaikan Revenue Hotel Best Western The Lagoon Manado.

## 1.2. PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana strategi pemasaran di era digital dalam menaikkan revenue hotel khususnya walk in guest.

## 1.3. TUJUAN PENELITIAN

Bagaimana strategi pemasaran di era digitalisasi dalam menaikkan *revenue* hotel

## 1.4. MANFAAT PENELITIAN

Agar dapat menambah wawasan dalam menerapkan strategi yang di lakukan praktisi pemasaran di era digital dalam bentuk teori maupun secara langsung, dan mendapatkan pengalaman bagaimana menjadi praktisi pemasaran di era digital ini yang baik dan benar

1. Secara praktis yaitu: mempermudah manajemen dalam mencari costumer untuk menaikkan revenue hotel dan membantu costumer untuk menemukan hotel tanpa perlu datang langsung ke hotel karena adanya platform online yang bekerjasama dengan pengguna jasa aplikasi digital
2. Secara Teoris, menambah wawasan ilmu bagi perusahaan dalam menjual jasa dan akomodasi dalam mencari costumer agar dapat menaikkan strategi pemasaran front office di era digital karena kurangnya *walk in guest*
3. Secara akademis, menambah materi dan wawasan terkait strategi pemasaran *front office* di era digital karena kurangnya *walk in guest* di jurusan perhotelan