
STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL TAMPAH HILLS

Martina Sanova¹, Halus Mandala² & Lalu Mahsar³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

E-mail: ¹martinasanova12@gmail.com, ²halusmandala@gmail.com,

³lombokmahsar@gmail.com.

Article History:

Received: 27-12-2024

Revised: 29-12-2024

Accepted: 30-12-2024

Keywords:

Manajemen promosi,

Strategi promosi,

Bauran promosi,

Tingkat hunian

kamar.

Abstract: Hotel Tampah Hills memiliki beragam fasilitas dan layanan unggulan. Namun, tingkat hunian kamar di hotel ini belum mencapai target penjualan yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimanakah bentuk strategi promosi yang dilakukan Hotel Tampah Hills dalam upaya meningkatkan hunian kamar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang melibatkan sejumlah narasumber sebagai informan utama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk strategi promosi yang digunakan oleh hotel tampah hills dalam upaya meningkatkan hunian kamar adalah menggunakan Iklan melalui media sosial dan platform booking online, menggunakan promosi penjualan, pemanfaatan hubungan masyarakat, melakukan penjualan pribadi, melakukan pemasaran online, menerapkan mobile marketing dan menerapkan pemasaran langsung database. Startegi promosi yang digunakan harus terus di maksimalkan dan dikembangkan sehingga dapat tercapai target hunian kamar yang diinginkan.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan semakin hari semakin berkembang seperti halnya di Lombok Tengah bagian selatan yang merupakan daerah tujuan wisata yang sangat diminati oleh banyak wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Hotel Tampah Hills merupakan Hotel berbintang 5 yang terletak di Dusun Pendem Desa Mekar Sari Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah. Tampah Hill didirikan dan di kembangkan oleh PT Tampah Estate Manegment (TEM) yang berfokus pada penjualan dan pemasaran. Tampah Hills memiliki 11 private pool villa yang berdiri di lahan seluas 130 hektar. Pendirinya merupakan Orang berkebangsaan Swedia yang memiliki banyak pengalaman berbisnis di Indonesia. Lokasi Tampah Hills sangat strategis, Tampah Hills juga dekat dengan Kuta dan Selong Belanak. Tampah Hills memiliki fasilitas yang tergolong Hotel Mewah dengan pemandangan pantai Tampah dan Lancing, Selain itu, Tampah Hills akan menampilkan 120-150 vila premium yang pembangunannya terus berlanjut hingga saat ini dan direscanakan masih berlanjut hingga 10 tahun ke depan , pusat olahraga, restoran, ruang kerja bersama, kolam renang, taman skate, taman bersepeda gunung menuruni bukit,

dan banyak lagi. Sekitar setengah dari total area akan menjadi area umum dan area pribadi untuk pengunjung, dengan taman, kebun sayur dan kebun bunga, dan amfiteater alami.

Tampah Hills memiliki team marketing khusus dari manca Negara yang bertugas melakukan promosi dengan datang ke berbagai Negara belahan dunia untuk mempromosikan Tampah Hills secara langsung Tampah Hills sudah melakukan promosi ke sebagian besar Negara dunia dengan biaya yang tidak sedikit. Selain itu, Tampah Hills juga dipromosikan melalui social media instagram, facebook, youtube, twiter dan juga website Tampah Hills. pemesanan kamar di Tampah Hills bisa melalui team Marketing Tampah hills secara langsung, OTA, website Tampah hills dan bisa walk in atau datang langsung ke Hotel Tampah Hills. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan owner, Sales & Marketing Manager, General Manager dan front office manager Hotel Tampah Hills mengatakan “meskipun Hotel Tampah Hills baru beroperasi selama kurang lebih 4 tahun dimulai dari tahun 2020 sampai saat ini peningkatan hunian kamar Tampah Hills tergolong stabil bahkan meningkat dari tahun ke tahun meskipun masih belum mencapai target penjualan dan juga sempat terjadi penurunan di tahun 2022 di karenakan wabah covid 19 namun kembali meningkat seiring tuntasnya wabah corona. Hal ini tidak terlepas dari strategi promosi yang di lakukan secara tepat, mengingat tarif harga kamar yang cukup tinggi sekitar 20.0000.0000 sampai dengan 45.0000.0000 juta per malam bahkan tidak membuat tingkat hunian kamar di Tampah Hills menurun, berikut adalah data yang peneliti dapatkan dari staff Front office departemen di Hotel Tampah Hill terkait tingkat hunian kamar Hotel Tampah Hill dari Tahun 2020-2023.

Data Tingkat Hunian kamar Dari Tahun 2020-2023



Gambar 1. Grafik Tingkat Hunian Kamar Dari Tahun 2020-2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi dan komunikasi yang dilakukan oleh Hotel Tampah Hills sudah cukup bagus. Hal ini dibuktikan dengan tingkat hunian kamar di Tampah Hills yang tergolong stabil dan bahkan semakin meningkat meskipun masih belum sesuai dengan target yang diinginkan. Dilihat dari persaingan industri Perhotelan yang sangat ketat saat ini dibutuhkan inovasi dan komunikasi untuk melakukan bauran promosi yang tepat. Karena menurut teori pemasaran, sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan melakukan strategi promosi dan komunikasi pemasaran yang tepat sehingga, dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya guna mencapai peningkatan hunian kamar yang ditargetkan untuk kedepannya.

Berdasarkan pembahasan tersebut membuktikan bahwa pentingnya strategi

promosi yang tepat dalam meningkatkan hunian kamar di setiap industri perhotelan dibutuhkan strategi promosi yang sesuai dalam meningkatkan hunian kamar dengan menyesuaikan target pasar dan perubahan zaman serta diperlukan inovasi dalam membuat strategi yang tepat di setiap industri perhotelan. Dibutuhkan media pemasaran yang tepat dan juga team marketing yang ahli di bidang promosi dan pemasaran karna mengingat banyaknya pesaing pasar yang kemungkinan akan menjadi pesaing di masa yang akan datang maka, diperlukan nya inovasi dalam melakukan strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di semua industri perhotelan khususnya di Tampah Hills Hotel. Strategi promosi di Tampah Hills harus terus berinovasi dan dimaksimalkan seiring perkembangan zaman guna meningkatkan hunian kamar dari tahun ke tahun secara berkelanjutan. Karena Promosi merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Pentingnya promosi menyebabkan perusahaan berusaha untuk berhasil di bidang ini dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam pemasaran yang sering disebut dengan strategi promosi.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini berupaya untuk memahami seberapa penting pengaruh strategi promosi dalam meningkatkan hunian kamar di Tampah Hills. Maka dari itu, peneliti menjadikan Tampah Hills Hotel sebagai tempat penelitian dalam sebuah proposal skripsi dengan judul " Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Hunian Kamar di Hotel Tampah Hills"

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah owner, General Manager, sales & Marketing Manager, Front Office dan wisatawan, Sedangkan objeknya adalah bagaimanakah bentuk strategi promosi yang dilakukan oleh Tampah Hills. Alasan peneliti menjadikan Tampah Hills sebagai Lokasi Penelitian karna Hotel Tampah Hills merupakan Hotel yang menarik untuk diteliti dan penulis memiliki relasi yang dekat dengan staff Tampah Hills. Adapun yang dimaksud dengan lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitiannya. Dalam hal ini yang menjadi lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Hotel Tampah Hills , Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah. Lokasi tempat penelitian tempat bekerja teman terdekat sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penggalan data.

Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan (Sugiyono, 2016) . Karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti. Penggunaan purposive sampling dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui informasi dari Hotel Tampah Hills. Maka informan yang dipilih ada 4 yaitu owner, General Manager, Sales and Marketing Manager dan Front Office Manager.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan inti utama kegiatan penelitian dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga cara pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi Observasi

Meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap objek penelitian dengan menggunakan semua indera serta pencatatannya yang dilakukan sistematis. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi partisipan dan observasi nonpartisipan. Adapun observasi partisipan merupakan observasi dimana peneliti berhubungan langsung dengan orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sedangkan observasi non partisipan merupakan observasi dimana peneliti tidak terlibat dalam kegiatan-kegiatan subjek yang dilakukan, akan tetapi hanya sebagai pengamat independen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi non partisipan dimana peneliti hanya terlibat dalam hal-hal yang berhubungan dengan pengamatan untuk mendapatkan informasi dan data yang diharapkan dapat dijelaskan mengenai apa yang menjadi topik penelitian.

2. Wawancara

Wawancara diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan langsung dengan responden dalam penelitian. Teknik wawancara dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: 1) Wawancara terstruktur, yang dimaksud dengan wawancara terstruktur adalah wawancara yang telah disiapkan, seperti menggunakan pedoman wawancara. 2) Sedangkan wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang lebih bebas, lebih mendalam dan menjadikan pedoman wawancara sebagai pedoman umum serta garis-garis besarnya saja. Adapun teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara secara langsung dengan General Manager Tampah Hills, Meneger Front Office dan staff Front Office.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Kedudukan metode dokumentasi dalam penelitian ini adalah sebagai pelengkap yaitu untuk mendapatkan data yang tidak mungkin didapatkan dari observasi dan wawancara. Pada intinya, metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data terkait objek penelitian. maka bahan dokumentasi sebagian besar data yang tersedia adalah data yang ada di system terkait tingkat hunian kamar, akun media promosi dll . Berhubungan dengan penelitian, maka peneliti mendokumentasikan apapun baik berupa lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu tentang bagaimana strategi promosi dan komunikasi yang di lakukan oleh Tampah Hills .

Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan prosedur sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan tahap dimana peneliti mengumpulkan data sebanyak-banyaknya yang berkaitan dengan yang diteliti. Peneliti dapat mengumpulkan fakta-fakta yang ada melalui banyak alat pengumpul data, seperti

wawancara, observasi, rekaman dan dokumentasi. Jadi tahap pengumpulan data merupakan tahap dimana peneliti melakukan pengumpulan data melalui proses mengorganisasikan faktafakta atau hasil-hasil pengamatan terpisah-pisah menjadi suatu rangkaian hubungan atau suatu generalisasi.

2. Tahap Coding Data

Coding data adalah proses menelaah dan menguji data mentah yang ada dengan melakukan pemberian label “memberikan label” dalam bentuk kata-kata, frase atau kalimat. Adapun pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa coding data adalah menguji data yang masih mentah dengan memberikan label dan kata atau kalimat. Coding data tersebut berupa hasil wawancara, catatan lapangan, hasil observasi, dokumentasi dan sebagainya.

3. Tahap Reduksi Data

Teknik analisis data yang menggunakan reduksi, yaitu teknik analisis yang menggunakan cara mereduksi data atau merangkum data dari hal-hal yang pokok untuk memfokuskan pada hal-hal yang penting, untuk mencari data yang sesuai dan membuang data yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

4. Penyajian Data

Teknik analisis data yang menggunakan penyajian data adalah menyajikan data yang sudah direduksi, sehingga penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel atau grafik dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami oleh peneliti.

5. Tahap Penarikan Kesimpulan

Teknik analisis data yang menggunakan kesimpulan yaitu teknik penelitian untuk mencari kembali kesimpulan awal yang masih di ragukan oleh peneliti untuk menemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung hasil dari penelitian tersebut, dan apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk strategi promosi yang di dilakukan Hotel Tampah Hills dalam upaya meningkatkan hunian kamar.

Bentuk strategi promosi yang dilakukan Hotel Tampah Hills dalam upaya meningkatkan hunian kamar adalah sebagai berikut:

1. Iklan (Advertising)

Hotel Tampah Hills adalah sebuah hotel yang berlokasi di Lombok, Indonesia, yang memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan dari seluruh dunia. Untuk meningkatkan hunian kamar, hotel ini menerapkan strategi promosi dalam bentuk iklan. Berikut adalah beberapa strategi promosi dalam bentuk iklan yang sudah di lakukan Hotel Tampah Hills antara lain:

- a. Iklan melalui platform media sosial instagram dan facebook dengan membuat konten visual yang menarik seperti foto-foto kamar yang mewah, pemandangan alam sekitar,

dan fasilitas hotel.

- b. Iklan melalaui platform booking online seperti booking.com, agoda, expedia dengan menawarkan promosi khusus dan diskon pada platform booking ini untuk menarik lebih banyak pemesanan, dan juga membuat profil hotel menampilkan foto-foto berkualitas tinggi dan deskripsi yang informatif dan menarik.
- c. Iklan melalui email marketing dengan mengirimkan email kepada pelanggan potensial dan mantan tamu yang berisi penawaran khusus, berita terbaru tentang hotel, dan event menarik di sekitar hotel dan Personalisasi email berdasarkan preferensi dan sejarah pemesanan tamu.
- d. Iklan melalui webside dengan memastikan website hotel dioptimalkan untuk mesin pencari dengan kata kunci yang relevan seperti "*luxury hotel in Lombok*", "*best beach resort Lombok*". membuat blog di website yang berisi artikel tentang atraksi lokal, tips perjalanan, dan berita tentang hotel untuk meningkatkan traffic dan peringkat SEO.
- e. Iklan melalui program loyalitas referral untuk tamu yang sering menginap dengan keuntungan seperti diskon khusus dan memberikan insentif kepada tamu yang merekomendasikan hotel kepada teman atau keluarga mereka.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Strategi promosi penjualan (*sales promotion*) adalah pendekatan yang efektif untuk meningkatkan hunian kamar di Hotel Tampah Hills. Berikut adalah beberapa strategi promosi penjualan yang telah dilakukan antara lain:

- a. Promosi penjualan dengan menawarkan diskon khusus selama musim sepi (*low season*) untuk mendorong kunjungan pada periode tersebut, serta memberikan diskon kepada tamu yang memesan kamar jauh-jauh hari sebelum tanggal menginap.
- b. Promosi penjualan dengan membuat paket liburan yang mencakup akomodasi, makan pagi, dan aktivitas lokal seperti tur atau spa, menawarkan paket yang dirancang khusus untuk keluarga, termasuk fasilitas tambahan seperti tempat tidur bayi atau aktivitas anak, membuat paket khusus untuk pasangan yang mencakup makan malam romantis, dekorasi kamar, dan aktivitas pasangan.
- c. Promosi penjualan dengan menawarkan paket yang mencakup event local seperti USBK, motojipi, paragliding serta menjalin kerjasama dengan penyedia transportasi untuk menawarkan paket yang mencakup layanan antar-jemput bandara atau sewa mobil.
- d. Promosi penjualan dengan menawarkan diskon atau bonus spesial bagi tamu yang menginap bertepatan dengan ulang tahun mereka dan penawaran khusus untuk perayaan ulang tahun pernikahan atau momen spesial lainnya.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Strategi promosi melalui Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) adalah alat penting bagi Hotel Tampah Hills untuk meningkatkan kesadaran merek, membangun reputasi yang kuat, dan pada akhirnya dapat meningkatkan hunian kamar. Berikut adalah beberapa strategi PR yang telah dilakukan antara lain:

- a. Sponsor acara lokal atau internasional yang relevan dengan target pasar hotel, seperti festival, konferensi, atau kompetisi olahraga.
- b. Melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada lingkungan sekitar meningkatkan kesejahteraan lingkungan, pendidikan dan kesehatan, seperti memberikan sembako kepada masyarakat local setempat pada saat bulan Ramadan dan memberikan hewan kurban kepada masyarakat local setempat pada saat

hari raya kurban dan juga membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat sekitar..

- c. Menyelenggarakan atau berpartisipasi dalam acara komunitas lokal untuk membangun hubungan yang baik dengan penduduk setempat dan meningkatkan kesadaran akan keberadaan Hotel Tampah Hills di sekeliling mereka.
- d. Memantau ulasan online di situs seperti TripAdvisor, Google Reviews, dan media sosial. Tanggapi ulasan, baik positif maupun negatif, dengan profesionalisme dan perhatian.

4. Penjualan secara pribadi (*Personal Selling*)

Strategi penjualan secara pribadi (*personal selling*) melibatkan interaksi langsung antara staf hotel dan calon tamu untuk mempromosikan dan menjual kamar. Hotel Tampah Hills menggunakan beberapa pendekatan dalam strategi penjualan perseorangan untuk meningkatkan hunian kamar antara lain sebagai berikut:

- a. Penjualan secara pribadi dengan memberikan pelatihan intensif kepada staf penjualan tentang teknik penjualan, fitur dan keunggulan hotel, serta cara menghadapi keberatan atau pertanyaan dari calon tamu.
- b. Pastikan staf memiliki pengetahuan mendalam tentang semua fasilitas, layanan, dan penawaran khusus hotel untuk menjawab pertanyaan dengan percaya diri dan memberikan informasi yang di butuhkan oleh tamu dan calon tamu.
- c. menghubungi calon tamu yang telah menunjukkan minat melalui email, whatsapp atau telepon, dan tawarkan informasi lebih lanjut serta penawaran khusus untuk mendorong pemesanan.

5. Pemasaran online (*online marketing*)

Pemasaran online adalah salah satu cara yang paling efektif untuk meningkatkan hunian kamar di Hotel Tampah Hills. Berikut adalah strategi pemasaran online yang digunakan Hotel Tamah Hills antara lain:

- a. Kirimkan newsletter berkala kepada pelanggan yang berisi penawaran khusus, berita terbaru, dan artikel menarik tentang Lombok dan fasilitas hotel.
- b. Menggunakan data pelanggan untuk mengirim email yang dipersonalisasi dengan penawaran khusus yang sesuai dengan preferensi mereka.
- c. Memastikan situs web hotel mudah dinavigasi, responsif terhadap perangkat mobile, dan memiliki desain yang menarik.
- d. Mengintegrasikan sistem booking yang mudah digunakan untuk memudahkan calon tamu memesan kamar langsung dari situs web.

6. Pemasaran mobile (*mobile marketing*)

Pemasaran mobile (*mobile marketing*) adalah salah satu strategi penting yang dapat digunakan oleh Hotel Tampah Hills untuk meningkatkan hunian kamar. Berikut adalah beberapa taktik yang sudah diterapkan oleh Hotel Tampah Hills antara lain:

- a. Selau memastikan website hotel memiliki desain responsif yang mudah diakses dan dinavigasi melalui perangkat mobile.
- b. Mengoptimalkan kecepatan loading halaman agar pengunjung tidak meninggalkan situs karena loading yang lama.
- c. Memastikan sistem pemesanan online mudah digunakan pada perangkat mobile, termasuk fitur pembayaran yang aman dan cepat.
- d. Mengirimkan pesan teks promosi kepada calon tamu dengan penawaran khusus, diskon, atau paket menarik.
- e. Gunakan Google Ads untuk menargetkan pengguna mobile dengan iklan yang relevan

berdasarkan pencarian mereka.

7. Pemasaran langsung database (*Databade direct selling*)

Strategi pemasaran langsung database, atau *database direct selling*, dengan melibatkan penggunaan informasi kontak pelanggan yang sudah ada untuk mengirimkan promosi langsung kepada mereka. Berikut adalah beberapa langkah yang dilakukan oleh Hotel Tampah Hills dalam bentuk pemasaran langsung database antara lain:

- memisahkan database pelanggan berdasarkan preferensi, seperti jenis kamar yang sering dipesan, periode kunjungan, atau minat khusus (misalnya, liburan keluarga atau liburan romantis).
- mengidentifikasi pelanggan yang telah menginap di hotel sebelumnya dan beri prioritas pada mereka untuk penawaran berulang atau insentif khusus.
- Mengirimkan email yang ditargetkan ke segmen database tertentu dengan penawaran yang sesuai dengan minat atau kebutuhan mereka.

8. Pemasaran melalui media sosial

Strategi pemasaran melalui media sosial dapat menjadi cara yang sangat efektif bagi Hotel Tampah Hills untuk meningkatkan hunian kamar dengan menjangkau calon tamu potensial dan membangun hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Berikut adalah beberapa langkah yang diambil dalam strategi pemasaran melalui media sosial di Hotel Tampah Hills antara lain:

- Promosi melalui platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh target, seperti Instagram, Facebook, Twitter, youtube, dan linkin.
- Selalu membagikan foto-foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan kamar, fasilitas hotel, dan pemandangan alam sekitar.
- Selalu menetapkan jadwal posting yang konsisten untuk menjaga kehadiran calon tamu di media sosial dan membangun keterlibatan dengan pengikut.
- Selalu memanfaatkan fitur stories di platform seperti Instagram dan Facebook untuk berbagi konten sementara yang lebih spontan dan personal

Berikut adalah tabel hasil wawancara dengan Owner, General Manager, Sales & Marketing Manager, dan Front Office Manager terkait dengan bentuk strategi promosi apa yang di gunakan oleh Hotel Tampah Hills dalam upaya meningkatkan hunian kamar adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Hasil Wawancara Dengan Responden

No	Jenis bauran	Responden			
		1	2	3	4
1	Kebijakan strategi promosi	√	√	X	X
2	Iklan	√	√	√	√
3	Promosi penjualan	√	√	√	√
4	Penjualan secara pribadi	√	√	√	√
5	Pemasaran langsung	√	√	√	√
6	Pemasaran mobile	√	√	√	√

7	Pemasaran online	√	√	√	√
8	Pemasaran melalui platform media sosial	√	√	√	√
	Tiktok	X	X	X	X
	Instagram	√	√	√	√
	Facebook	√	√	√	√
	Youtube	√	√	√	√
	Twitter	√	√	√	√
	Linkin	√	√	√	√
9	VHP	X	X	X	√
10	Webside	√	√	√	√

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Subjek Penelitian (tahun 2024)

1. Owner
2. General Manager
3. Sales & Marketing Manager
4. Front Office Manager

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang paling banyak mendatangkan tamu adalah strategi promosi melalui media sosial instagram, strategi promosi melalui website, dan penjualan pribadi (personal selling).

Table 3. Daftar tamu sebagai responden

Nama Tamu	Negara	Tempat wawancara	Tanggal
Caroline	France	Hotel Tampah Hills	07 mei 2024
Rolvung Kristian	Italia	Hotel Tampah Hills	07 mei 2024
Madison Happer	Netherland	Hotel Tampah Hills	07 mei 2024
Ahlen	Sweden	Hotel Tampah Hills	07 mei 2024
Karlsson hildur	Sweden	Hotel Tampah Hills	07 mei 2024

Sember : Dari hasil wawancara meneliti

Dari hasil wawancara dengan 5 wisatawan atau tamu yang menginap di Hotel Tampah Hills di atas mengatakan bahwa, mereka mendapatkan informasi mengenai Hotel Tampah Hills melalui teman sosial media facebook dan iklan. Mereka juga mengungkapkan kebahagiaan dan kepuasan mereka selama menginap di Hotel Tampah Hills bahkan mereka juga berencana akan kembali lagi menginap di Hotel Tampah Hills dengan membawa sejumlah teman dan keluarga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi promosi dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Tampah Hills dapat disimpulkan bahwa hotel ini telah menerapkan berbagai bentuk strategi promosi untuk meningkatkan hunian kamar. Strategi tersebut mencakup:

1. Menggunakan iklan melalui Platform Media Sosial dan Booking Online. Hotel menggunakan iklan di Instagram, Facebook, serta platform booking online seperti Booking.com, Agoda, dan Expedia untuk meningkatkan pengunjung dan aksesibilitas reservasi.
2. Menggunakan promosi penjualan beragam. Hotel Tampah Hills menawarkan diskon musiman, pemesanan awal, diskon kelompok, dan paket liburan menarik seperti paket keluarga, romantis, dan petualangan untuk menarik berbagai segmen pasar.
3. Memanfaatkan hubungan masyarakat, Hotel Tampah Hills juga menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat lokal untuk membangun hubungan yang baik dan meningkatkan kesadaran merek.
4. Melakukan Penjualan Pribadi yang efektif dengan memberikan pelatihan intensif kepada staff mengenai teknik penjualan dan pengetahuan mendalam mengenai fasilitas dan layanan hotel untuk meningkatkan konversi penjualan.
5. Melakukan pemasaran online dengan menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, merupakan metode yang sangat efektif dalam mencapai tujuan pemasaran di Hotel Tampah Hills dengan mengunggah foto1foto dan video berkualitas tinggi, fasilitas, dan pemandangan sekitarnya, Hotel Tampah Hills dapat menarik perhatian calon tamu dan meningkatkan minat mereka untuk menginap.
6. Menerapkan mobile marketing Responsif dengan desain situs web yang responsif dan strategi Google Ads yang ditargetkan, hotel memastikan bahwa promosi mereka dapat diakses dengan baik oleh pengguna mobil.
7. Menerapkan pemasaran langsung database dengan melibatkan penggunaan informasi kontak pelanggan yang sudah ada untuk mengirimkan promosi langsung berdasarkan preferensi mereka.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi prmosi dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Tampah Hills. Saran-saran konkret dapat di usulkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi promosi dalam meningkatkan hunian kamar di Hotel Tampah Hills, beberapa saran konkret dapat diusulkan yaitu:

1. Hotel tampah Hills disarankan untuk mengoptimalkan strategi promosi yang sudah ada dengan meningkatkan frekuensi dan kualitas konten di media sosial, terutama di platform yang paling efektif seperti Instagram dan Facebook.
2. 2. Hotel tampah Hills disarankan untuk memperluas saluran promosi ke platform lain seperti, tiktok dan mengembangkan ide kreatif dalam pengembangan konten promosi di platform media sosial yang sudah ada seperti instagram, facebook, youtube, twitter dan linkedin.
3. Hotel tampah Hills disarankan untuk memperbaiki kecepatan dan efisiensi layanan

transportasi dan aksesibilitas, baik di dalam maupun di luar area hotel, sesuai dengan saran tamu.

4. Hotel tampah Hills disarankan untuk evaluasi berkala terhadap kinerja masing-masing strategi promosi karena, penting untuk memastikan strategi tersebut tetap efektif dan sesuai dengan tren pasar.
5. Hotel tampah Hills disarankan untuk melanjutkan Program loyalitas dengan menawarkan diskon khusus atau insentif tambahan bagi tamu yang sering menginap dan merekomendasikan hotel kepada orang lain.
6. Hotel tampah Hills disarankan untuk dapat meningkatkan personalisasi promosi dengan melakukan kunjungan government agar Hotel Tampah Hills lebih di kenal oleh bagian pemerintahan.
7. Hotel tampah Hills disarankan untuk dapat memperluas jangkauan pemasaran dengan mengeksplorasi peluang baru, seperti kolaborasi dengan influencer atau travel blogger untuk meningkatkan visibilitas hotel di berbagai platform digital. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan Hotel Tampah Hills dapat terus meningkatkan hunian kamar dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Boniarta, & Samosir. (2020). No Title. *Pengaruh Personal Selling, Advertising & Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Interbat (Farmasi), 1*(Jurnal Humanis (Humanities, Management, and Science Proceedings).), Mampang Prapatan Jakarta.
- [2] Menuh, N. N., & Widiantari, N. W. (2021). *strategi pemasaran dalam upaya peningkatan hunian kamar pada sense sunset seminyak hotel. Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), 3*(2), 69–73. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- [3] Mulyana, M. (2019). *Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran, 57–63.*
- [4] Nadia dan, & Anam. (2020). No Title. *Pengaruh Terpaan Pesan Kode Promo GrabFood Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mahasiswa Kota Surabaya, 7* (2)(Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya.).
- [5] Lexy, & M, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*
- [6] Jatmiko, H., & Sandy, S. R. O. (2020). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Di Kota Jember. Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata, 3*(1), 32–40. <https://doi.org/10.32528/sw.v3i1.3371>
- [7] Chandra, R. (2015). *Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan pada Perusahaan Jasa Perhotelan. Jurnal Manajemen Dan Keuangan,, https://www.ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/2370*
- [8] Rusby, Z., Bakhri, B. S., & Rozi, S. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu pada Wisma Graha Az-Zahra Pekanbaru. Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan, 14*(2), 222–241. [https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2017.vol14\(2\).1030](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2017.vol14(2).1030)
- [9] Sugiyono. (2016). No Titl. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Bandung: Alfabeta.,*
- [10] Wijaya, C. P., & Santoso, T. P. B. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian – Bali. Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata, 13*(1), 42–53. <http://www.jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata>.

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN