

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DIGITAL PROMOTION
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR
DI NOVOTEL BALI BENOA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Kadek Cindy Selinna

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DIGITAL PROMOTION
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR
DI NOVOTEL BALI BENOA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Kadek Cindy Selinna
NIM 2015834051**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI DIGITAL PROMOTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR DI NOVOTEL BALI BENOA

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Kadek Cindy Selinna
NIM 2015834051**

**PROGRAM STUDI MANAJAMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI DIGITAL PROMOTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR DI NOVOTEL BALI BENOA

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan Ketua Jurusan
Pariwisata Politeknik Negeri Bali pada 20 Juni 2024.

Pembimbing I,

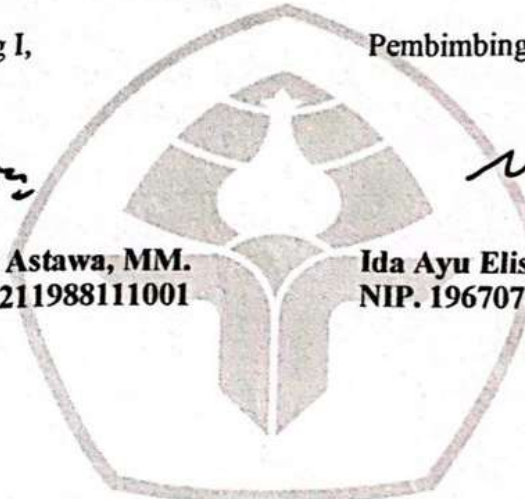
Pembimbing II,



Drs. I Ketut Astawa, MM.
NIP. 196107211988111001



Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M. Par
NIP. 196707141998032001



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par, M.Par.
NIP. 198409082008122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

IMPLEMENTASI DIGITAL PROMOTION DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR DI NOVOTEL BALI BENOA

Yang disusun oleh **Kadek Cindy Selinna (2015834051)** telah dipertahankan
dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji pada:
Selasa, 16 Juli 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Drs. I Ketut Astawa, MM NIP. 196107211988111001	
Anggota	Ni Putu Lianda Ayu Puspita, SE., M.Tr.Par NIP. 202111012	
Anggota	Dr. I Nyoman Winia, M.Si. NIP. 196206112000031001	

JURUSAN PARIWISATA POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par, M.Par.
NIP: 198409082008122004

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kadek Cindy Selinna

NIM : 2015834051

Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**IMPLEMENTASI DIGITAL PROMOTION
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAMAR
DI NOVOTEL BALI BENOA**

Yang ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata merupakan hasil karya saya. Semua informasi yang tercantum dalam skripsi yang berasal dari karya orang lain telah diberikan penghargaan dengan mencantumkan nama sumber penulis dengan benar sesuai norma, kaidah, dan etika akademik.

Apabila di kemudian hari diketahui bahwa sebagian atau keseluruhan tesis tersebut bukan karya asli saya atau terdapat kasus plagiarisme, saya dengan rela menerima konsekuensi pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lainnya sebagaimana didalilkan oleh Hukum Nasional Indonesia.

Badung, 19 Juli 2024



Kadek Cindy Selinna

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Implementasi *Digital Promotion* Dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Novotel Bali Benoa” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan Skripsi ini merupakan sebuah wadah penyalur ilmu dan minat mahasiswa dalam melakukan penelitian agar dapat menyelesaikan Pendidikan Terapan S1 Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, di antaranya:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par, M.Par. selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan skripsi.
3. Putu Tika Virginiya. S. PD. M. Pd selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang serta membantu memberikan kelancaran dan masukan bagi penulis.
4. Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
5. Drs. I Ketut Astawa, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang serta memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini dari tahap awal sampai akhir.
6. Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M., Par selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan nya tanpa henti untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat

waktu.

7. Seluruh senior di Novotel Benoa Bali khususnya di bagian sales & marketing yang telah dapat menerima penulis untuk belajar di hotel tersebut, memberikan dukungan, bantuan dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan skripsi.
9. Teman-teman dan sahabat yang senantiasa memberikan dorongan motivasi, dukungan secara terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis sehingga besar harapan penulis agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi mahasiswa. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf atas kesalahan dalam melakukan penulisan.

Penulis

JURUSAN PARIWISATA
Kadek Cindy Selinna
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Cindy Selinna, Kadek. (2024). *Implementasi digital promotion dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Drs. I Ketut Astawa, MM, dan Pembimbing II: Ida Ayu Elistyawati, A. Par., M. Par.

Kata kunci: *Digital Promotion*, Penjualan Kamar, Tingkat Hunian Kamar, Novotel Bali Benoa

Penelitian ini berfokus pada implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa. Penerapan *digital promotion* di hotel ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang biasanya dilakukan melalui iklan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang dipakai oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif, pembahasan dari penelitian ini mengacu pada teori indikator *Digital Promotion (Social Media Marketing, Online Advertising, Website dan Personal Selling)* menurut Kotler, (2016) dan Penjualan Kamar (Tingkat Hunian Kamar dan *Revenue* Kamar) menurut Wiyasha (2010). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa teori indikator *Digital Promotion* dan Penjualan Kamar di Novotel Bali Benoa telah berhasil menerapkan *digital promotion* secara maksimal serta efektif dan platform digital promotion yang paling dominan digunakan ialah instagram. Berdasarkan hasil penelitian tersebut saran yang dapat diberikan, agar Novotel Bali Benoa mempertahankan konsep dan penerapan *digital promotion* yang telah diterapkan karena berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa penerapan promosi yang diterapkan sudah berjalan dengan efektif dan maksimal.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Cindy Selinna, Kadek. (2024). *Implementasi digital promotion dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.*

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Drs. I Ketut Astawa, MM, and Supervisor II: Ida Ayu Elistyawati, A. Par., M. Par.

Keywords: Digital Promotion, Room Sales, Room Occupancy Rate, Novotel Bali Benoa

This research focuses on implementation of digital promotion in increasing room sales at Novotel Bali Benoa. The implementation of digital promotion in this hotel aims to increase consumer awareness and increase sales of products or services which are usually done through advertising. Data collection methods in this research are observation, documentation and interviews. The data analysis technique used by researchers is a qualitative descriptive method, the discussion of this research refers to the indicator theory of Digital Promotion (Social Media Marketing, Online Advertising, Website and Personal Selling) according to Kotler, (2016) and Room Sales (Room Occupancy Rate and Revenue Room) according to Wiyasha (2010). The research results show that the Digital Promotion and Room Sales indicator theory at Novotel Bali Benoa has succeeded in implementing digital promotion optimally and effectively and the most dominant digital promotion platform used is Instagram. Based on the results of this research, suggestions can be given, so that Novotel Bali Benoa maintains the concept and implementation of digital promotion that has been implemented because based on research it shows that the implementation of the promotion implemented has been running effectively and optimally.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Hotel.....	6
2.1.2 <i>Digital Promotion</i>	8
2.1.3 Promosi Penjualan.....	10
2.1.4 Penjualan Kamar Hotel	11
2.1.5 Tingkat Hunian Kamar	12
2.1.6 Revenue Kamar	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	20
3.2 Objek Penelitian	20
3.3 Identifikasi Variabel.....	21
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.5 Jenis dan Sumber Data	22
3.5.1 Jenis Data	22
3.5.2 Sumber Data.....	23
3.6 Metode Penentuan Informan	23
3.7 Pengumpulan Data	24

3.7.1	Observasi.....	24
3.7.2	Wawancara.....	25
3.7.3	Dokumentasi	25
3.8	Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Umum Novotel Bali Benoa	29
4.1.1	Sejarah Novotel Bali Benoa	29
4.1.2	Fasilitas Novotel Bali Benoa.....	30
4.1.3	Struktur Organisasi Manajemen Novotel Bali Benoa	42
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
4.2.1	Implementasi <i>Digital Promotion</i> di Novotel Bali Benoa.....	46
4.2.2	Implementasi <i>Digital Promotion</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Novotel Bali Benoa	52
4.2.3	Implikasi Implementasi <i>Digital Promotion</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Novotel Bali Benoa	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Simpulan	62
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN.....		70



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Hunian Kamar.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Matrik Digital Promotion & Penjualan Kamar	52
Tabel 4.2 Tingkat Hunian Kamar 2023.....	58
Tabel 4.3 Total Reservasi Sementara Melalui Website Novotel Bali Benoa.....	59
Tabel 4.4 Insight Instagram Novotel Bali Benoa	60



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Qualitative Data Analysis Process.....	26
Gambar 4.1 Cocos Restaurant.....	30
Gambar 4.2 Uluwatu Restaurant.....	30
Gambar 4.3 Crocokiss Restaurant.....	31
Gambar 4.4 Cocos Beach Bar.....	31
Gambar 4.5 Crocokiss Bar.....	31
Gambar 4.6 Nanas Bar.....	32
Gambar 4.7 Nirwana Pool.....	32
Gambar 4.8 Crocokiss Pool.....	33
Gambar 4.9 Penida Pool.....	33
Gambar 4.10 Fitness Centre.....	33
Gambar 4.11 Theater Stage.....	34
Gambar 4.12 Kids Club.....	34
Gambar 4.13 Kids Corner.....	35
Gambar 4.14 Meeting Room (Agung dan Batur).....	35
Gambar 4.15 Spa.....	36
Gambar 4.16 The Saloon.....	37
Gambar 4.17 Boutique.....	37
Gambar 4.18 Beach Cabana.....	38
Gambar 4.19 Kamar Tropical.....	38
Gambar 4.20 Family Suite Tropical.....	38
Gambar 4.21 Kids Room.....	39
Gambar 4.22 Deluxe King Garden View.....	39
Gambar 4.23 Deluxe Twin Garde View.....	40
Gambar 4.24 Deluxe Pool.....	40
Gambar 4.25 Family Deluxe.....	41
Gambar 4.27 Lobby.....	41
Gambar 4.28 1BR Private Pool Villa.....	42
Gambar 4.29 Struktur Organisasi Sales dan Marketing.....	42
Gambar 4.30 Instagram Novotel Bali Benoa.....	47
Gambar 4.31 Website Novotel Bali Benoa.....	48
Gambar 4.32 Aplikasi Sojern.....	50
Gambar 4.33 Aplikasi META.....	51
Gambar 4.34 Lokasi Novotel Bali Benoa.....	54
Gambar 4.35 Promo di Novotel Bali Benoa.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara.....	70
Lampiran 2 Struktur Organisasi Manajemen Novotel Bali Benoa.....	74
Lampiran 3. Usia Audience Followers Facebook & Instagram Novotel Bali Benoa	75
Lampiran 4 Dokumentasi Saat Wawancara Bersama Revenue Manager & Marketing Communication Manager Novotel Bali Benoa	76
Lampiran 5 Dokumentasi Saat di Back Office Novotel Bali Benoa	77



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi di luar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka (Irawan, 2018). Pembangunan pariwisata memberikan peluang terjadinya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara pariwisata dengan lingkungan sosial maupun budaya. Pada era industri 4.0 Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan sarana yang membantu kehidupan dalam berbagai bidang termasuk dunia pariwisata. Peranan teknologi dalam dunia pariwisata sebagai sarana dan prasarana dalam mempromosikan pariwisata yang sering didengar secara elektronik dengan nama *digital promotion*.

Adapun aktivitas *digital promotion* meliputi penggunaan, *website*, media sosial, *online advertising*, *mobile application*. Efektifitas dari *digital promotion* juga semakin tinggi berkat kebiasaan masyarakat yang berubah dari awalnya yang hampir seluruh kegiatannya luring menjadi daring akibat dari pandemi yang terjadi sebelumnya, alhasil masyarakat menjadi melek akan teknologi itu sendiri. Kini dengan kondisi pra pandemi masyarakat sudah lebih bebas untuk melakukan aktivitas di luar rumah dengan melakukan kegiatan di luar bahkan berwisata. Bali menjadi salah satu daerah yang akan diuntungkan terkait meningkatnya wisatawan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, selama bulan Januari sampai November 2023, 4,7 juta kunjungan atau naik 45 persen jumlah wisatawan

mancanegara datang ke Bali dibandingkan di bulan Januari sampai Desember tahun 2022 berjumlah 2,1 juta kunjungan. Meningkatnya wisatawan yang datang berpotensi meningkatkan perekonomian serta kebutuhan tempat menginap. Novotel Bali Benoa adalah salah satu hotel chain yang berada di daerah Bali Selatan tepatnya di Tanjung Benoa, Nusa Dua.

Meningkatnya wisatawan tidak serta merta dapat menaikkan penjualan dari hotel tersebut, dikarenakan jumlah hotel Bintang 5 di Kabupaten Badung khususnya mencapai angka 65 hotel per tahun 2022. Persaingan yang tinggi antara hotel membuat hotel yang tidak memiliki keunikan mempromosikan hotelnya dengan menggunakan segala media promosi *digital*. Novotel Bali Benoa merupakan hotel yang telah memiliki keunikan dari segi struktur bangunan Bali dipadukan dengan nuansa alam yang mendukung suasana menjadi romantis. Keunikan yang dimiliki Novotel Bali Benoa dimanfaatkan secara maksimal melalui media promosi *digital* dengan tepat untuk dapat menyentuh target pasar yang diinginkan. Fluktuasi tingkat hunian kamar di Novotel Bali Benoa tahun 2023 seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Tingkat Hunian Kamar

Tingkat Hunian Kamar 2023	
Januari	45,70
Februari	47,84
Maret	52,74
April	58,58
Mei	60,23
Juni	75,11
Juli	85,01
Agustus	86,04
September	91,74
Oktober	80,86
November	69,35

Desember	80,25
----------	-------

Sumber: Hotel Novotel Bali Benoa 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar terendah terjadi pada bulan Januari dan tertinggi pada bulan September. Pencapaian tingkat hunian kamar dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni masih di bawah 80 persen. Pencapaian target tingkat hunian kamar hanya tercapai bulan September yaitu sebesar 91,74 persen. Pencapaian target pada bulan Oktober sampai Desember kembali mengalami penurunan.

Manajemen Novotel Bali Benoa menerapkan *digital promotion* untuk memaksimalkan pencapaian target penjualan kamar hotel. Selain menerapkan *digital promotion*, Novotel Bali Benoa juga melakukan kegiatan meminimalkan penggunaan kertas melalui *TV channel (digital promotion)*. Namun demikian, target pencapaian kedatangan wisatawan yang menginap di Novotel Bali Benoa sebesar 90 persen, rata-rata tercapai sebesar 70 persen (hasil wawancara dengan *Directur of Sales and Marketing (DOSM) Novotel Bali Benoa*)

Digital promotion memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi keunikan Novotel Bali Benoa ke masyarakat dan wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk mendukung pencapaian target penjualan kamar hotel. Atas dasar ini penulis mengambil judul “Implementasi Digital Promotion Dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di Novotel Bali Benoa”. Judul ini diangkat guna memberikan rekomendasi penggunaan *digital promotion* yang baik dan tepat sasaran kepada Novotel Bali Benoa guna membantu meningkatkan penjualan kamar serta mampu menjaga eksistensi Novotel Bali Benoa dalam industri

perhotelan di Bali khususnya. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dilakukan di Novotel Bali Benoa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat diuraikan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah implementasi *digital promotion* di Novotel Bali Benoa?
2. Bagaimanakah implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi *digital promotion* di Novotel Bali Benoa.
2. Untuk menganalisis implementasi *digital promotion* di Novotel Bali Benoa dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan uraian sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan serta berkontribusi dalam literatur khususnya yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran dan tingkat hunian kamar, sehingga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar serta menambah pustaka di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan sumber informasi yang berguna bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan terhadap implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa.

3. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat dari penulis dengan adanya penelitian ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan mengenai *digital promotion* dan penjualan kamar serta mengaplikasikan ilmu dengan teori yang didapat selama perkuliahan.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar , menarik pelanggan dan membangun hubungan dengan tamu di Novotel Bali Benoa. Elemen penting dalam *digital promotion* ini melibatkan website hotel, media sosial dan konten *digital*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi *digital promotion* yang dilakukan oleh *sales and marketing* dalam mempromosikan produk di Novotel Bali Benoa, yakni telah menerapkan *digital promotion* secara maksimal dan efektif. Tanggung jawab dari pengimplementasiannya sudah didistribusikan Menurut fungsi dari masing-masing alat *digital promotion* seperti sosial media, online advertising, *website*, *sojern*, penjualan tatap muka (*personal selling*) dan *META advertising* sehingga dalam mempromosikan produk dapat terlaksana dengan maksimal dan efektif.
2. Implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa bahwa dengan mempromosikan melalui *digital promotion* dapat memperluas target pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen. Selain membahas mengenai implementasi *digital promotion* di Novotel Bali Benoa yang digunakan untuk meningkatkan tingkat hunian kamarnya, ada beberapa indikator penting untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Novotel Bali Benoa seperti lokasi hotel, pelayanan hotel, harga-harga dan promosi.

Implikasi implementasi *digital promotion* dalam meningkatkan penjualan kamar di Novotel Bali Benoa memiliki dampak yang positif dalam meningkatkan *occupancy* dan *insight* pada Instagram. Pendapatan kamar perbulannya mengikuti

berdasarkan persentase pada kuartier berfluktuasi meningkat masuk period *holiday season occupancy* meningkat ke 80% dan menurun sedikit pada kuartier terakhir 75%, dikarenakan pada kuartier terakhir biasanya di bulan november akan menurun sedikit tapi pada bulan desember akan meningkatkan lagi kerana adanya period *peek season*. *Digital promotion* dapat juga mempengaruhi sesuai musim yaitu *high season*, dimana pada musim *high season* akan lebih berpengaruh positif dan meningkat. Tingkat hunian kamar masih berpeluang bertambah dikarenakan jumlah kerjasama dengan *online travel agent* lebih digiatkan. Hal ini tentu saja menjadi dampak positif untuk Novotel Bali Benoa dalam meningkatkan tingkat hunian kamar.

5.2 Saran

1. Bagi Novotel Bali Benoa, khususnya pada *sales and marketing department* agar mempertahankan konsep dan penerapan digital promotion yang telah diterapkan karena berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa penerapan promosi yang diterapkan pada Novotel Bali Benoa sudah berjalan dengan efektif dan maksimal.
2. Bagi Politeknik Negeri Bali, menyelenggarakan kerjasama dengan hotel-hotel atau bisnis pariwisata lainnya untuk mengimplementasikan program yang serupa dan mengadakan kegiatan penelitian mengenai implementasi *digital promotion*.
3. Bagi penelitian selanjutnya, melakukan penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas dan implementasi *digital promotion*. Mengumpulkan data lebih rinci, mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi *digital*

promotion seperti strategi pemasaran dan komunikasi, partisipasi karyawan, dan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi penerimaan dan adopsi program oleh tamu dan masyarakat lokal.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 342–350. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.689>
- Abdullah. (2018). Membangun Website Toko Online Pempek Nthree Menggunakan Php Dan Mysql . *Teknik Informatika Mahakarya*.
- Alhadid. (2014). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan. *Bismak*, 2.
- Andini, H. (2015). 47 BAB III Metode Penelitian A. *theses.uin-malang.ac.id*.
Apa Itu Digital Marketing ? Apa Manfaat Digital Marketing untuk Bisnis Hotel ? (2021, August Selasa).
- Azwar. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aryani. (2021, April). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary (VIS)*, 6.
- Arisandi, D. C. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Arikunto. (2006). Konsep integrasi dalam sistem pembelajaran mata pelajaran umum di pesantren. *Pendidikan Islam*.
- Arnawa, I. P. (2020). Pengaruh Tingkat Hunian Kamar dan Pendapatan Spa terhadap Laba Operasional di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 9(2), 54-63.
- Bekti. (2015). Penerapan Metode SDLC Waterfall Dalam Pembuatan Aplikasi Pelayanan Anggota Pada CU Duta Usaha Bersama Pontianak. *Bianglala Informatika*, 5.
- Bormane, S., & Batraga, A. (2018). Digital promotion as solution for integrated marketing communication in business. *Economic Science for Rural Development*, 48, 338-347.
- Basu. (2001). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Hotel Baha-Baha Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat) Tahun 2012-2016. *Jurnal Gama Societa*, 2, 42-47.
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 8-17.
- Farida, N. (2021, Agustus). Pelatihan Berwirausaha Melalui Digital Marketing. *Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 1-9.
- Faradila, N. (2023). Penerapan Digital Marketing Pada Keputusan Pemesanan Kamar Hotel. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 109-115.
- Guilbeault. (2018). Upaya Meningkatkan Angka Kunjungan Museum Melalui Social Media Marketing “Studi Pendahuluan. *Jurnal Kepariwisata*

Indonesia.

- Hermawan, H. (2020). Upaya Meningkatkan Angka Kunjungan Museum Melalui Social Media Marketing â€“Studi Pendahuluan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia, 14*(1).
- Irawan, B. (2018). *Peranan petugas reservasi dalam meningkatkan penjualan kamar melalui sistem.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Person Education.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition.* Pearson Education, Inc.
- Kotler. (2016). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Advertising Terhadap Penjualan Produk Kecantikan MS Glow. *Universitas Medan Area.*
- Kumbara, V. B. (2021, Mei). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Ilmu Manajemen Terapan, 2*, 604-630.
- Lane. (2008). Penerapan Strategi Digital Marketing Creative Agency Business To Business Melalui Media Instagram Kinaja Indonesia. *Abdimas Bina Bangsa, 4*.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook and The Coding Manual for Qualitative Researchers.* Thousand Oaks, CA: SAGE, 2014. 381 pp.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D., Agiya, D., & Rahdian, A. (2020). Promosi Digital Marketing Di Hotel California Bandung. *Jurnal Pariwisata Vokasi, 1*(1), 72-90.
- Mainanda, R. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram@ mitrahotelpku) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Martins. (2022). Definisi Digital. *Perbanas Institutional, 6-37.*
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, 1*(1), 49-64.
- Maftukhah, I., Rahmawati, F. D., & Fadlilah, A. (2018). *Considering the influence of digital promotion performed by Go-Jek Indonesia and C2C marketplaces on buyers' purchasing decision.* KnE Social Sciences, 541-552.
- Naila Faradila. (2023). Penerapan Digital Marketing Pada Keputusan Pemesanan Kamar Hotel. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2*(2), 109-115. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.617>
- Nurhidayati, N., Hayati, S., & ... (2023). Analisis Digital Marketing Pada Illira Lite Hotel Praya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Business Management, 2*(1), 61-66. <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis/article/view/5433>
- Nirmala, B. P. W., & Sari, P. A. P. (2023). Perancangan Sistem Informasi Reservasi

- Berbasis Website Pada Hotel di Nusa Penida. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 9(3).
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1), 93–108. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206>
- Puspita, T. D., & Ismail, V. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10-23.
- Pridaningrum, F. (2023, Mei). Efektivitas Penerapan Sistem E-Commerce Sebagai Pendukung Bangkitnya Dunia Perhotelan Pada Masa Pandemi Covid-19 Guna Mendukung Peningkatan Penjualan Kamar di The Rich Jogja Hotel. *Mabha Jurnal*, 4, 44-51.
- Purwanto. (2019, Desember). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Trustworthiness (Studi Pada Akun Instagram @Kulinersby). *Majalah Ekonomi*, 24.
- Purwaningwulan, M. M., & Dwi Ramdan, T. (2021). Digital promotion of local tourist destinations in the New normal Era and Its effect on the economy in Indonesia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 8(2), 29-40.
- Rahayu, M. (2019). Strategi Pemasaran Digital Narapati Indah Syariah Hotel. *Strategi pemasaran digital*, 498-509.
- Risdawanty. (2022). Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis. *Universitas Siliwangi*, 43.
- Sugiarto. (1997). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Hotel Baha-Baha Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat) Tahun 2012-2016. *Jurnal Gama Societa*, 2, 42-47.
- Sugiono. (2015). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (M. T. Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Analisis Urgensi Pelatihan Dalam Pengembangan Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Asn) Di Pengadilan Negeri Gunungsitoli . *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*.
- Syabani, A. N., Oktora, S. N., Fauziah, S., & ... (2023). Marketing Strategy Analysys for Hotel Rooms Inc Btc Bandung. ... *of Humanities and ...*, 1(2), 540–545. <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/article/view/126%0Ahttps://humasjournal.my.id/index.php/HJ/article/download/126/61>
- Salim, V., & Widiati, E. (2023, May). Penggunaan Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Menginap Konsumen Di Hotel 101 Urban Jakarta Kelapa Gading. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 498-505).

- Satiti, E. N. (2021, Desember). Strategi Penjualan Kamar Reservation Section Terhadap Peningkatan Room Occupancy Salah Satu Hotel Bintang Lima di Kota Solo. *Jurima, 1*, 61-77.
- Suharsimi. (2006). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. *Rineka Cipta, 134*.
- Samosir, I. E. A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Advertising terhadap Penjualan Produk Kecantikan Ms Glow (Studi pada Pelanggan Ema Ms Glow Rantauprapat).
- Syarina, S., Sasmita, A. S., Hayati, R., & Achmadi, N. S. (2024). Peranan Front Desk Agent Dalam Peningkatan Tingkat Hunian Kamar Pada Unhas Hotel Dan Convention. *Home Journal., 6*(1).
- Suhardi, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kamar di The Patra Bali Resort & Villas. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 23*(2), 2282-2292.
- Sugiarto, E. (2009). *Hotel Front Office Administration*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sufyan. (2021). Pengaruh Influencer Marketing dan Online Advertising Terhadap Penjualan Produk Kecantikan MS Glow. *Universitas Medan Area*.
- Surya, D.G., & Farhaeni, M. (2019). Pengaruh Karakteristik Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Hunian Kamar The Alea Hotel Seminyak. *Jurnal STB Runata, Jurnal Majalah Ilmiah Widyacakra, 2*(2), 47–56.
- Sirait, L. P. (2021). Metode Penelitian. *STEI, 16*.
- Swastha. (2012). Pelaksanaan Strategi Promosi Yang Dilakukan Pt Inovasi Global Sejahtera Bandar Lampung. *Universitas Lampung*.
- Tambunan, L. T. (2019). *Faktor Dominan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap. 16*(1), 35–45.
- Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata, 19*(1), 10–23. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i1.262>
- Tjiptono. (2012). Hubungan Personal Selling Dan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Pada Ud. Suksesindo Bengkulu. *Bussiness Management and Accounting, 20*.
- Udayantini, K. D., Bagia, I. W., & Suwendra, I. W. (2015). Pengaruh Jumlah Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel terhadap Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Buleleng Periode 2010-2013. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Jurusan Manajemen, 3*(1), 1–10.
- Wiyasha, I. B. M. (2010). *Akuntansi Perhotelan*. Andi Offset.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya, 3*(2), 81-92.
- Wismaya, I. B. A., Susanto, B., & Elistyawati, I. A. (2022). *Implementation of Digital Promotion in Efforts to Increase Occupancy at Hotel Nandini Jungle Resort and Spa Bali*. Repositori Politeknik Negeri Bali.
- Yanti, D. (2020, Maret). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 11*, 16-

26.

- Yuniendel, R. K., Trinova, Z., Wiyanti, V., & Tamrin, M. (2022). Analisis strategi lightening the learning climate pada pembelajaran pendidikan agama islam. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(11), 1497-1504.
- Ziauddin, S. (2023, Juli). Landasan Teori Pengertian, Macam, dan Cara Membuatnya. *Pengertian, Macam, dan Cara Membuatnya*.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI