

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM  
MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL  
FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI SOUTH KUTA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Ni Wayan Anggita Putri Darmianti**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2024**

**SKRIPSI**  
**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM  
MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL  
FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI SOUTH KUTA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Ni Wayan Anggita Putri Darmianti**  
**NIM 2015834105**

**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2024**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM  
MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL  
FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI SOUTH KUTA**

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



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Ni Wayan Anggita Putri Darmianti  
NIM 2015834105**

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

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI SOUTH KUTA

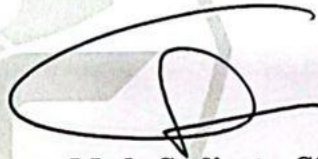
Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan Ketua Jurusan  
Pariwisata Politeknik Negeri Bali pada Jumat, 28 Juni 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT**  
NIP 196007021990031001



**Made Sudiarta, SS., M.Par**  
NIP 196612081993032001

JURUSAN PARIWISATA  
Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata,  
Politeknik Negeri Bali



**Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par.**  
NIP 198409082008122004

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

### **PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI SOUTH KUTA**

yang disusun oleh Ni Wayan Anggita Putri Darmianti (NIM 2015834105) telah  
dipertahankan dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji

Pada hari Senin, Tanggal 22 Juli 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT NIP. 196007021990031001	
Anggota	Putu Gita Suari Miranti, S.Si., M.Si NIP. 198611292022032004	
Anggota	Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, MM NIP. 196801171993032001	

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 : Ni Wayan Anggita Putri Darmianti  
NIM : 2015834105  
Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI SOUTH KUTA**

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 tau terdapat kasus plagiarism, saya dengan rela menerima konsekuensi pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lainnya sebagaimana didalilkan oleh Hukum Nasional Indonesia.

Badung, Juli 2024,

  
Ni Wayan Anggita Putri Darmianti



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun Proposal Penelitian yang berjudul “Penerapan *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan usulan ini merupakan sebuah media penyalur ilmu dan minat mahasiswa dalam melakukan penelitian sebagai langkah awal dalam memenuhi syarat penyusunan skripsi agar dapat menyelesaikan Pendidikan S1 Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari dalam menyusun penelitian ini hingga dapat terselesaikan tidak lepas dari dukungan dan masukan berbagai pihak kepada penulis, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, diantaranya sebagai berikut:

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., 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 penelitian.
3. Putu Tika Virginiya, M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang serta membantu memberikan kelancaran dan masukan bagi penulis.
4. 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 Usulan Penelitian ini.
5. Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT selaku Dosen Pembimbing I yang serta memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan penelitian ini dari tahap awal sampai akhir.

6. Made Sudiarta, SS., M.Par selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan nya tanpa henti untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Bapak Irawan Sebagai Director of Sales & Marketing Department yang telah dapat menerima penulis untuk belajar di hotel dengan memberikan dukungan, bantuan dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penulisan penelitian ini.
8. Seluruh anggota keluarga serta teman dan pendengar setia yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan Proposal Penelitian.

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

Penulis

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Ni Wayan Anggita Putri Darmianti



## ABSTRAK

Darmianti, Ni Wayan Anggita Putri. (2024). *Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Hotel Fairfield by Marriott South Kuta*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT., dan Pembimbing II: Made Sudiarta, SS., M.Par.

Kata Kunci: *digital marketing*, tingkat hunian kamar, hotel, *social media marketing*, *online advertising*, Hotel Fairfield by Marriott South Kuta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi *digital marketing* dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Hotel Fairfield by Marriott South Kuta. *Digital marketing* yang diterapkan meliputi optimalisasi *website* hotel untuk informasi dan reservasi yang mudah, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk promosi dan interaksi dengan *audiens*, serta penggunaan *online advertising* untuk meningkatkan visibilitas hotel di mesin pencari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi-strategi *digital marketing* ini berhasil meningkatkan okupansi hotel secara signifikan. Data reservasi selama tiga bulan menunjukkan tren positif dengan 1.796 *room nights* di bulan Juli, 984 di bulan Agustus, dan 729 di bulan September. Peningkatan okupansi dari 81,05% pada Januari 2024 menjadi 84,32% pada Juli 2024 menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* yang konsisten dan strategis telah berhasil menarik lebih banyak tamu. Kesimpulannya, penerapan *digital marketing* yang efektif dan terarah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan tingkat hunian kamar di Hotel Fairfield by Marriott South Kuta.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **ABSTRACT**

Darmianti, Ni Wayan Anggita Putri. (2024). Implementation of Digital Marketing to Increase Room Occupancy at Hotel Fairfield by Marriott South Kuta. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Management, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT., and Supervisor II: Made Sudiarta, SS., M.Par.

Keywords: digital marketing, room occupancy, hotel, social media marketing, online advertising, Hotel Fairfield by Marriott South Kuta.

This study aims to evaluate the effectiveness of digital marketing strategies in increasing room occupancy at Hotel Fairfield by Marriott South Kuta. The digital marketing strategies applied include optimizing the hotel website for easy information access and reservations, utilizing social media platforms such as Instagram, Facebook, and WhatsApp for promotion and audience interaction, and employing online advertising to enhance the hotel's visibility on search engines. The results indicate that these digital marketing strategies significantly increased the hotel's occupancy rate. Reservation data over three months showed a positive trend with 1,796 room nights in July, 984 in August, and 729 in September. The increase in occupancy from 81.05% in January 2024 to 84.32% in July 2024 demonstrates that consistent and strategic digital marketing efforts successfully attracted more guests. In conclusion, effective and targeted digital marketing has made a significant contribution to improving room occupancy at Hotel Fairfield by Marriott South Kuta.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN PERSETUJUAN SKripsi .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKripsi.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKripsi .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>17</b>
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian .....	20
1.4 Manfaat Penelitian .....	20
1.4.1 Manfaat Praktis.....	21

1.4.2 Manfaat Praktis.....	21
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
2.1 Landasan Teori .....	23
2.2.1 Tingkat Hunian Kamar ( <i>Room Occupancy</i> ) .....	23
2.2.2 Pengertian Pemasaran.....	25
2.2.3 Pariwisata .....	28
2.2.4 <i>Digital Marketing</i> .....	29
2.2.5 Dimensi <i>Digital Marketing</i> .....	32
2.2.6 Minat Beli.....	33
2.2.7 Hubungan <i>Digital Marketing</i> dengan Minat Beli.....	35
2.2 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik) .....	35
2.3 Kerangka Teoritis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Lokasi penelitian.....	43
3.2 Objek Penelitian.....	44
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	44
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.5.1 Jenis Data.....	47
3.5.2 Sumber Data .....	48
3.6 Metode Penentuan Informan.....	49
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.7.1 Observasi .....	50
3.7.2 Wawancara .....	51

3.7.3 Dokumentasi.....	52
3.8 Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.....	56
4.1.1 Profil Fairfield By Marriott Bali South Kuta .....	56
4.1.2 Sejarah Singkat Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	57
4.1.3 Struktur Organisasi Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	61
4.1.4 Fasilitas Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	68
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	76
4.2.1. Penerapan <i>Digital Marketing</i> di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta	77
4.2.2. Penerapan <i>Digital Marketing</i> dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar .....	93
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>108</b>
5.1 Simpulan .....	108
5.2 Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang Menurut Kelas di Provinsi Bali (%) Tahun 2023 .....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	45
Tabel 4. 1 Kategori Hotel Marriott Brand.....	57
Tabel 4.2 Jenis-Jenis Kamar Pada Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta..	68
Tabel 4.3 Total Reservasi Sementara Melalui <i>Website</i> Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	102
Tabel 4.4 Occupancy (Tingkat Hunian Kamar) Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.....	103
Tabel 4.5 <i>Insight</i> Instagram Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.....	105



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	41
Gambar 4.1 Logo Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	57
Gambar 4.2 Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	58
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	61
Gambar 4.4 Struktur Organisasi <i>Sales and Marketing</i> Fairifeld By Marriott Bali South Kuta.....	63
Gambar 4.5 <i>Superior</i> Room Non Balcony .....	69
Gambar 4.6 <i>Superior</i> Room with Balcony .....	70
Gambar 4.7 <i>Deluxe room</i> .....	71
Gambar 4.8 Junior Suite Room.....	72
Gambar 4.9 Derys Restaurant .....	73
Gambar 4.10 Cabana Pool And Bar .....	74
Gambar 4.11 Kamala <i>Meeting room</i> .....	75
Gambar 4.12 Fairfield Gym .....	76
Gambar 4.13 <i>Homepage</i> pada <i>Website</i> Hotel .....	79
Gambar 4.14 <i>Room Type</i> pada <i>Website</i> Hotel.....	79
Gambar 4.15 <i>Promotion Section</i> pada <i>Website</i> Hotel.....	80
Gambar 4.16 <i>Features &amp; Information Section</i> pada <i>Website</i> Hotel .....	80
Gambar 4.17 Instagram Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	83
Gambar 4.18 WhatsApp Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	85
Gambar 4.19 Facebook Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.....	87
Gambar 4.20 Facebook Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.....	90
Gambar 4.21 Lokasi Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	96
Gambar 4.22 Contoh Promosi Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta .....	102



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	112
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara bersama Informan.....	116



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Bali, sebagai tujuan pariwisata terkenal yang mendapat pengakuan global dengan penghargaan destinasi terbaik kedua di dunia dalam TripAdvisor Travelers' Choice Awards 2023 (CNN Indonesia, 2023), terus menarik minat baik dari wisatawan domestik maupun internasional. Wisatawan mancanegara (wisman) memainkan peran krusial dalam perkembangan sektor pariwisata di Bali. Kedatangan para wisatawan ke Bali setiap tahunnya dipicu oleh pertumbuhan sektor pariwisata yang mengalami perkembangan yang signifikan. Minat yang meningkat dari wisatawan untuk menjelajahi destinasi ini telah memicu penawaran beragam fasilitas dan layanan pendukung perjalanan, termasuk *travel agent*, *tour operator*, angkutan wisata, restoran, dan berbagai bentuk akomodasi seperti *homestay*, *cottage*, *villa*, dan hotel.

Hotel dapat didefinisikan sebagai tempat tinggal umum bagi para wisatawan yang menyediakan layanan kamar, makanan, minuman, dan akomodasi dengan syarat pembayaran. Hotel merupakan bagian integral dari industri pariwisata, dengan tingkat pengelolaan yang kompleks (multicomplex), dan menyediakan seluruh fasilitasnya secara komersial untuk masyarakat umum (Kusuma, 2022). Dengan lonjakan kunjungan wisatawan ke Bali, dampaknya terlihat pada tingkat hunian kamar di hotel-hotel. Tingkat hunian kamar, yang mencerminkan perbandingan malam kamar yang terpakai dengan jumlah kamar yang tersedia dalam suatu hotel dalam periode tertentu (Wulandari dkk., 2022), menjadi indikator

penting. Semakin tinggi tingkat hunian kamar, semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat diraih oleh hotel tersebut. Rincian persentase Tingkat Hunian Kamar (THK) hotel di Bali berdasarkan bulan pada tahun 2023 dapat ditemukan dalam Tabel berikut.

**Tabel 1. 1 Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang Menurut Kelas di Provinsi Bali (%) Tahun 2023**

	Kelas Hotel Bintang					Seluruh Kelas
	Bintang 5	Bintang 4	Bintang 3	Bintang 2	Bintang 1	
<b>Januari</b>	44.81	49.14	46.02	35.12	42.07	46.16
<b>Februari</b>	36.22	41.91	44.65	38.84	48.72	41.22
<b>Maret</b>	41.10	39.99	38.62	34.79	53.55	40.01
<b>April</b>	45.04	45.07	42.77	36.60	56.74	44.31
<b>Mei</b>	44.18	53.33	43.17	35.18	53.70	47.30
<b>Juni</b>	66.72	57.60	54.63	49.67	58.04	59.59
<b>Juli</b>	70.02	61.83	59.77	51.12	66.93	63.60
<b>Agustus</b>	67.26	59.53	54.71	49.75	63.35	60.64
<b>September</b>	63.41	62.27	51.78	44.14	63.05	59.25
<b>Oktober</b>	59.22	59.39	53.06	49.79	58.72	57.43

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, terlihat fluktuasi tingkat hunian kamar yang signifikan dari bulan Januari hingga Desember tahun 2023 di Bali. Ketidakstabilan ini mencakup kelas hotel bintang, dengan terjadinya kenaikan dan penurunan pada bulan-bulan tertentu. Tingkat hunian kamar tertinggi tercatat pada Januari oleh Hotel Bintang 5, mencapai 70.02%, sementara tingkat hunian kamar terendah terjadi pada bulan September oleh Hotel Bintang 2, dengan persentase 35.12%. Hal ini menggambarkan persaingan yang intens di antara hotel bintang dalam upaya mencapai keberhasilan dan bertahan dalam pasar yang semakin ketat di Bali.

Salah satu pemain dalam pasar hotel bintang empat yang turut berkontribusi dalam persaingan adalah Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta. Hotel ini merupakan bagian dari merek Fairfield by Marriott yang dikenal karena menyediakan akomodasi yang nyaman dan fungsional bagi wisatawan dan pelancong bisnis. Lokasi hotel ini terletak pada akses mudah ke berbagai tempat wisata populer di Bali, termasuk pantai Kuta yang terkenal, pusat perbelanjaan, restoran, dan tempat hiburan malam. Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta telah mengadopsi strategi *digital marketing* yang meliputi penggunaan *internet marketing*, *social media marketing*, dan *online advertising*. Meskipun telah mengimplementasikan digital marketing pada sistem pemasarannya, tingkat hunian kamar di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta masih mengalami fluktuasi pada beberapa bulan tertentu.

Pemilihan Hotel Fairfield dalam penelitian ini terkait erat dengan upaya memahami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar serta strategi yang digunakan untuk meningkatkan kinerjanya. Meskipun telah menerapkan *digital marketing*, tantangan dalam menjaga konsistensi tingkat hunian kamar mungkin berkaitan dengan faktor-faktor lain seperti persaingan industri, tren permintaan pasar, atau strategi pemasaran yang perlu disesuaikan. Dalam menghadapi fluktuasi ini, hotel dapat terus melakukan evaluasi, penyesuaian, dan inovasi dalam strategi digital marketing mereka untuk meningkatkan efektivitas dan mengoptimalkan hasilnya. Oleh karena itu, pihak *Sales & Marketing* Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta perlu melakukan analisis mendalam terkait penerapan

digital marketing sebagai salah satu strategi pemasaran guna meningkatkan tingkat hunian kamar.

Analisis penerapan *digital marketing* menjadi krusial untuk memahami sejauh mana kontribusinya terhadap penjualan dan untuk mengidentifikasi potensi kekurangan yang mungkin ada. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mencari solusi yang efektif guna memperbaiki dan meningkatkan tingkat hunian kamar, serta memberikan dampak positif terhadap pendapatan hotel secara keseluruhan. Latar belakang tersebut menjadi dasar bagi penelitian ini yang berjudul "**Penerapan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Hunian Kamar pada Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta**".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah penerapan *digital marketing* di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan diteliti dan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki kontribusi praktis dan teoritis, adapun kontribusi praktis dan teoritis tersebut yaitu:

#### **1.4.1 Manfaat Praktis**

a. Bagi Manajemen Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta khususnya pada departemen sales & marketing dalam menentukan kebijakan dan strategi pemasaran hotel dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan kamar (tingkat hunian kamar) di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan meneliti lebih lanjut terhadap permasalahan yang terkait Strategi Penerapan *digital marketing* dalam Meningkatkan Hunian Kamar pada Hotel yang ada di Bali.

c. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan ilmu dan pengalaman dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh pada bangku kuliah dan mengaplikasikannya pada kenyataan sebenarnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a. Untuk menambah wawasan dan mengetahui tentang pemasaran melalui *digital marketing* yang diterapkan di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.

- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *digital marketing* dalam meningkatkan tingkat hunian kamar Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah menganalisis penerapan *digital marketing* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta yang telah dibahas di bab IV, penulis menyimpulkan beberapa poin penting yang menjawab rumusan masalah penelitian.

Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta telah menerapkan *digital marketing* dengan maksimal, menggunakan *website*, *social media*, dan *online advertising*. *Website* hotel dioptimalkan untuk informasi dan reservasi yang mudah. Sosial media seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan untuk promosi dan interaksi dengan *audiens*. Online advertising yang ditargetkan meningkatkan visibilitas hotel di mesin pencari. Strategi-strategi ini berhasil meningkatkan tingkat hunian kamar.

Penerapan *digital marketing* sangat efektif untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Data reservasi untuk tiga bulan ke depan menunjukkan dampak positif: 1.796 *room nights* di bulan Juli, 984 di bulan Agustus, dan 729 di bulan September. Promosi melalui media sosial, termasuk kolaborasi dengan selebriti dan *influencer*, juga meningkatkan *followers* hotel. Okupansi dari Januari hingga Juli 2024 juga menunjukkan keberhasilan strategi ini, dengan peningkatan dari 81,05% pada Januari menjadi 84,32% pada Juli. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan

*digital marketing* yang dilakukan secara konsisten dan strategis telah berhasil menarik lebih banyak tamu, meningkatkan reservasi, dan secara keseluruhan mendukung peningkatan tingkat hunian kamar di hotel ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *digital marketing* yang efektif dan terarah telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta. Upaya pemasaran digital melalui *website*, *social media marketing*, dan *online advertising* yang dikombinasi dengan lokasi, pelayanan, harga dan promosi telah terbukti dapat menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan okupansi kamar secara konsisten.

## **5.2 Saran**

Untuk meningkatkan tingkat hunian kamar, Hotel Fairfield by Marriott Bali South Kuta disarankan untuk mengimplementasikan *email marketing*, dengan promosi menarik melalui *email broadcast* untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan secara global. Selain itu, meningkatkan interaksi di media sosial dengan konten menarik dan interaktif, seperti *story*, *live streaming*, dan posting yang melibatkan pengguna, dapat meningkatkan visibilitas hotel. Kolaborasi dengan lebih banyak selebriti dan *influencer* dari berbagai negara juga akan memperluas jangkauan promosi. Strategi-strategi ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat hunian kamar secara signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma, D., Syuyaman Rukma, D. F., & Farisyah, G. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar Di Favehotel Cimanuk Garut. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 68–78. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.987>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Amir, N. O., & Mustikawati, D. (2019). Penerapan *Digital marketing* dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 681–688. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.3>
- Aryanthi, N. P. A. V., Adiningrat, G. P., & Saputra, U. W. E. (2023). Marketing strategy at e-commerce Double-Six Luxury Hotel Seminyak to maximize *Room Occupancy*. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 6(2), 84–85. <https://doi.org/10.31940/jasth.v6i2.84-95>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2023). *Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang Menurut Kelas di Provinsi Bali (Persen)*, 2023. <https://bali.bps.go.id/indicator/16/230/1/tingkat-penghunian-kamar-tpk-hotel-bintang-menurut-kelas-di-provinsi-bali.html>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- CNN Indonesia. (2023). *Bali Ungguli London dan Paris dalam Destinasi Terpopuler di Dunia 2023*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230125142759-269-904701/bali-ungguli-london-dan-paris-dalam-destinasi-terpopuler-di-dunia-2023>
- Fajarianto, O., Jubaedah, S., & Erawati, D. (2021). J A N A K A Penerapan *Digital marketing* dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pada Usaha Taniku Cirebon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 63.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Qiara Media Surabaya (ed.); Issue June). CV. Penerbit Qiara Media.
- Kusuma, D. K., Armoni, L. N. E., Ketut Astawa, I., Tika Virginiya, P., & Chaerunnisah, I. U. (2023). *Implementation of Digital marketing in Increasing Room Occupancy Rate at Hilton Bali Resort Hotel The Wing Ed Hotel, Indonesia*. 4(1), 1–10. <https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/injogt>
- Kusuma, D. K. (2022). Penerapan *Digital marketing* Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Hilton Bali Resort. *Pariwisata, Digital marketing*, x.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.

- Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Interveni. Dharmayanti, L. &. (2018). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capita. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 10–24. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10>
- 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>
- Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi *Digital marketing* Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>
- Subawa, S., Yansen, M., Agung, A., Wirajaya, M., & Rahmadi, R. (2021). Penerapan *Digital marketing* Arak Bali Produksi Desa Besan Application of *Digital marketing in " Arak Bali "* produced by Besan Village. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(3), 338–344. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi/article/view/9717>
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing*. Sage Publications Limited.
- Trisnayanti, N. D., & Moeldjadi, E. (2023). Strategi *Digital marketing* Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Hotel Daun Bali Seminyak Pasca Pandemi Covid-19. *Journal Research of Management (JARMA)*, 4(2), 169–178.
- Wahyuntari, N. L. P., Sutarma, I. G. P., & Antara, D. M. S. (2020). The Implementation of Marketing Mix to Increase Room Sales. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v1i1.108>
- Wulandari, L. D. P., Githa, D. P., & Putri, G. A. A. (2022). Penerapan ERP pada Perusahaan Manufaktur Konveksi Bali Valentine Menggunakan Aplikasi Dolibarr. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(4), 3189–3204. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i4.2702>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: IntegRating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.