

SKRIPSI

**STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY KAMAR
HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI ONLINE
TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI



TACHIA VEDORA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

SKRIPSI

**STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY KAMAR
HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI ONLINE
TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI



**TACHIA VEDORA
NIM. 1815834035**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tachia Vedora
NIM : 1815834035
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**STRATEGI MENINGKATKAN *OCCUPANCY* KAMAR HOTEL
MELALUI PENJUALAN KAMAR DI *ONLINE TRAVEL*
AGENT DI INFINITY8 BALI**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 22 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,

Tachia Vedora

SKRIPSI
STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY KAMAR
HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI ONLINE
TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi S1 Terapan
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

TACHIA VEDORA
NIM. 1815834035

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022

SKRIPSI
**STRATEGI MENINGKATKAN *OCCUPANCY* KAMAR HOTEL
MELALUI PENJUALAN KAMAR DI *ONLINE TRAVEL*
AGENT DI INFINITY8 BALI**

Diajukan Oleh:

TACHIA VEDORA
NIM. 1815834035

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. Budi Susanto, M. Par
NIP. 196009251989031001



Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par
NIP. 195809231990122001

JURUSAN PARIWISATA
Mengetahui,
POLITEKNIK NEGERI BALI
Ketua Jurusan Pariwisata



Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D.
NIP. 196312281990102001

**STRATEGI MENINGKATKAN *OCCUPANCY* KAMAR
HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI *ONLINE*
TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian pada:

Kamis, 04 Agustus 2022



ANGGOTA:

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

1. Dr. Dra. Lien Darlina, M.Hum
NIP. 1966120819930320001

2. Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par
NIP. 195809231990122001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY KAMAR HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI ONLINE TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI”**. Adapun skripsi ini ditujukan sebagai salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan perkuliahan pada Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait dalam pembuatan skripsi dan telah memberikan dukungan baik secara moral, bimbingan, serta doa. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini di Politeknik Negeri Bali.
3. Dr. Gede Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan masukan kepada penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan panduan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par. selaku Koordinator Praktik Kerja Lapangan dan penasehat pelatihan yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung.
6. Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT selaku pembimbing Praktik Kerja Lapangan Program Studi D4 Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan.
7. Drs. Budi Susanto, M. Par. selaku pembimbing satu skripsi atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
8. Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par selaku pembimbing dua skripsi atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
9. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
10. Pihak Manajemen Hotel Infinity8 Bali khususnya di bagian *Sales & Marketing Departement* yang telah membantu penulis selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dengan memberikan motivasi, kesempatan dan masukan untuk mengumpulkan data dalam proposal ini.
11. Bapak Septian dan Ibu Yian Na serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, dan cinta kasih kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini.

12. Teman – teman serta sahabat yang selalu memberikan dorongan motivasi serta dukungan secara terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.

Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak dan penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan dalam penelitian suatu implementasi media pemasaran.

Badung, Agustus 2022

Penulis



STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY KAMAR HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI ONLINE TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI

TACHIA VEDORA
NIM. 1815834035

ABSTRACT

This study discusses the strategy to increase hotel room occupancy through room sales at online travel agents at Infinity8 Bali. This study aims to identify internal and external factors that affect online travel agents at Infinity8 Bali Hotel and to design strategies used to increase hotel room occupancy through room sales at online travel agents at Infinity8 Bali. Data collection methods used are observation, interviews, and literature study. The data analysis technique used is descriptive qualitative and SWOT analysis. Based on the results of the study, it can be concluded that there are internal factors including strengths and weaknesses as well as external factors including opportunities and opportunities that affect online travel agents at Hotel Infinity8 Bali. The strategies used are strength opportunities strategy, weakness opportunities strategy, strength threats strategy, weakness threats strategy.

Key Words: Online Travel Agent, Occupancy, Competitor, SWOT.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

STRATEGI MENINGKATKAN OCCUPANCY KAMAR HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI ONLINE TRAVEL AGENT DI INFINITY8 BALI

TACHIA VEDORA
NIM. 1815834035

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi meningkatkan *occupancy* kamar hotel melalui penjualan kamar di *online travel agent* di Infinity8 Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi *online travel agent* di Hotel Infinity8 Bali dan untuk mendesain strategi yang digunakan untuk meningkatkan *occupancy* kamar hotel melalui penjualan kamar di *online travel agent* di Infinity8 Bali. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal meliputi kesempatan dan peluang yang mempengaruhi *online travel agent* di Hotel Infinity8 Bali. Strategi yang digunakan yaitu strategi *strengths opportunities*, strategi *weaknesses opportunities*, strategi *strengths threats*, strategi *weaknesses threats*.

Kata Kunci: *Online Travel Agent*, *Occupancy*, Kompetitor, SWOT.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	1
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
SKRIPSI.....	3
SKRIPSI.....	4
STRATEGI MENINGKATKAN <i>OCCUPANCY</i> KAMAR HOTEL MELALUI PENJUALAN KAMAR DI <i>ONLINE TRAVEL AGENT</i> DI INFINITY8 BALI	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRACT	9
ABSTRAK	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Manfaat Penelitian	18
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2. Manfaat Praktis	19
1.5. Sistematika Penulisan	19
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Simpulan.....	64
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Infinity8 Bali.....	15
Gambar 2 Peringkat Online Travel Agent	16



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan bagi individu maupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman di luar aktivitas kesehariannya. Sebagai contoh, wisatawan dari Jakarta melakukan perjalanan wisata ke Bali untuk mendapatkan pengalaman bermain di pantai dengan air yang jernih dan pasir yang putih, dimana pengalaman tersebut tidak bisa didapatkan di Jakarta. Potensi wisata alam Indonesia tak akan ada habisnya untuk dijelajahi. Indonesia dikaruniai ragam bentang alam yang menakjubkan. Wilayah Indonesia memiliki sekitar 17.504 pulau dimana di dalamnya memiliki jajaran gunung berapi, pantai dan keanekaragaman flora dan fauna yang sangat indah. Kekayaan alam yang dimiliki Indonesia ini menjadikan Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat menarik, maka dari itu tak heran Indonesia menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang sangat diminati oleh wisatawan *domestic* maupun internasional.

Pulau Bali merupakan salah satu pulau yang berada di kawasan perairan Indonesia. Secara geografis, Bali terletak di antara Pulau Jawa dan Pulau Lombok. Mayoritas penduduk Bali adalah pemeluk agama Hindu. Pulau yang dikenal dengan sebutan Pulau Dewata ini memiliki daya tarik yang mampu membedakannya dengan kawasan lain yang berada di Indonesia, seperti kekayaan alamnya yang indah, kebudayaan dan adat istiadat yang lekat dengan kehidupan masyarakat Bali,

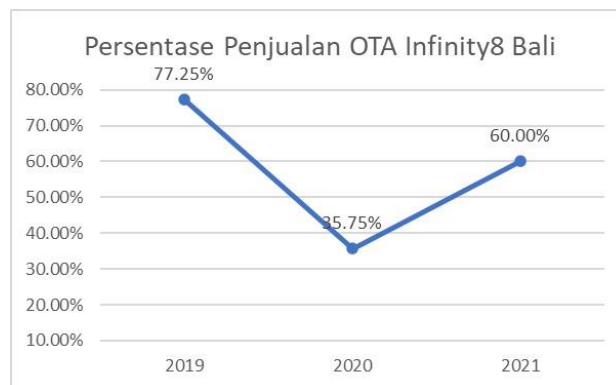
serta keramahtamahan penduduknya. Tidak heran jika hal tersebut menjadikan Pulau Bali sebagai salah satu destinasi wisata favorit di dunia.

Pariwisata merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, hal ini menyangkut kehidupan sosial dan ekonomi. Pariwisata Bali sangat digemari oleh wisatawan dunia. Pulau yang indah ini mampu menarik jutaan wisatawan baik *domestic* maupun asing setiap tahunnya. Namun, pada Maret 2020 pandemi COVID-19 melanda dunia. Pembatasan akses masuk bagi wisatawan serta penutupan tempat wisata itu sendiri membuat terpuruknya ekonomi Bali karena Pulau Bali sangat bergantung pada sektor pariwisata.

Hal ini tentunya juga berpengaruh terhadap industri perhotelan. Penurunan *occupancy* secara drastis dialami oleh Hotel Infinity8 Bali yang membuat berkurangnya pendapatan hotel atau biasa disebut *revenue*. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Hotel Infinity8 Bali untuk meningkatkan *occupancy* agar mendapatkan *revenue* agar tetap dapat mempertahankan berjalannya operasional hotel selama masa pandemi ini. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengadakan promosi di *Online Travel Agent* (OTA) agar tetap dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya. (Ida Bagus Gede Paramita, 2020)

Hotel Infinity8 Bali merupakan hotel bintang empat yang terletak di Jalan By Pass Ngurah Rai, No. 88A Kelurahan Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Dikelola oleh Management Guna Setia Hospitality, hotel ini mulai beroperasi pada bulan Juni 2016. Hotel Infinity8 Bali termasuk ke dalam *business hotel* karena lokasinya yang strategis di jalan besar dan dekat dengan bandara. Tidak dapat dipungkiri, penyumbang *occupancy* tertinggi

selama masa pandemi di Hotel Infinity8 Bali adalah melalui *online travel agent*. Sebagian besar hotel di Bali termasuk Hotel Infinity8 Bali berlomba untuk memberikan promosi agar menarik tamu untuk menginap khususnya tamu *domestic*. Hal ini menyebabkan ‘perang harga’ di *online travel agent* di kalangan hotel-hotel kompetitor.



Gambar 1 Data Infinity8 Bali

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa persentase penjualan OTA di Infinity8 Bali menurun drastis sejak adanya COVID-19 pada tahun 2020 dan mulai meningkat di era *new normal* pada tahun 2021. Hotel Infinity8 Bali melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan *occupancy* melalui penjualan kamar di OTA pada masa pandemi, begitu pula dengan hotel-hotel kompetitor.

Secara umum, *travel agent* dapat diartikan sebagai suatu industri pariwisata yang bergerak di bidang jasa, dimana usaha ini memberikan kepuasan kepada para konsumennya melalui jasa perjalanan wisata yang dilakukan. Menurut Monaghan (2006) *travel agent* adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan. Dalam hal ini kepuasan para konsumen yang dimaksud ialah memberikan pelayanan secara maksimal mengenai perencanaan

perjalanan wisata, informasi, transportasi, administrasi, dan fasilitas pendukung lainnya baik dari pihak *travel* maupun tempat wisata. (*Sejarah Travel Agent*, n.d.)

Seiring dengan perkembangan zaman, muncullah *online travel agent*. Pada dasarnya *online travel agent* sama dengan *travel agent* dalam hal jasa penyediaan pengadaan suatu perjalanan. Yang membedakan keduanya adalah *online travel agent* menggunakan media *online* mulai dari proses pemasaran produk hingga proses transaksi, sementara *travel agent* menggunakan media cetak dalam memasarkan produknya. *Online travel agent* adalah suatu badan usaha yang memfasilitasi konsumen dengan penyediaan pengadaan suatu perjalanan namun di fasilitas penawaran produk yang dilakukan melalui jalur *online*, mulai dari pemilihan produk, pemesanan tanggal kegiatan hingga transaksi pembayaran yang semua dilakukan melalui jalur koneksi internet. Sistem pemasaran dan penjualan dilakukan melalui *webiste-website* tertentu. (National & Pillars, n.d.).



Sumber: <https://blog.staah.com>

Gambar 2 Peringkat Online Travel Agent

Hotel Infinity8 Bali bekerja sama dengan beberapa *online travel agent* untuk memasarkan produknya yaitu kamar. *Online travel agent* yang bekerja sama dengan

Infinity8 Bali di antaranya Traveloka, tiket.com, Agoda, Booking.com, Expedia, dan Hotels.com. Untuk wisatawan *domestic* cenderung menggunakan OTA Traveloka dan tiket.com, sedangkan wisatawan mancanegara cenderung menggunakan OTA Agoda, Booking.com, Expedia, dan Hotels.com. Setiap hotel memiliki karakter yang berbeda sehingga target *market* pun berbeda, hal ini menyebabkan penjualan OTA di tiap hotel berbeda pula. Untuk di Infinity8 Bali, OTA yang unggul adalah tiket.com.

Kerjasama hotel dengan perusahaan *online travel agent* ini sangat membantu dalam mendukung pelayanan hotel terhadap tamu, dimana pihak tamu mendapatkan keuntungan dalam proses reservasinya dengan tidak perlu datang langsung ke hotel tetapi dengan hanya mengakses aplikasi dari *online travel agent* tersebut bisa melakukan proses reservasi dengan mudah dan efisien (Jurnal Media & Hendriyati, 2019). Dalam kerjasamanya OTA menyediakan aplikasi dimana di dalamnya tamu hotel dapat melakukan proses reservasi *online* tanpa harus datang langsung ke hotel. Dalam menjaga reputasinya, fasilitas yang disediakan di aplikasi OTA memberi kemudahan dalam mengakses segala hal tentang reservasi maupun tentang hotel tersebut. Tidak hanya itu, harga per kamarnya pun akan lebih murah menggunakan aplikasi tersebut dari pada melakukan reservasi langsung di hotel. Pihak perusahaan *online travel agent* yang bekerjasama dengan pihak hotel, harus bisa mendukung untuk memberikan yang terbaik sesuai dengan standar hotel. Pihak hotel memberikan standar pelayanan kepada pihak *online travel agent* yang bekerjasama untuk memakai standar pelayanan hotel. (Prajarto & Purwaningtyas, 2004)

Dengan ini, penulis tertarik untuk meneliti “Strategi Meningkatkan Occupancy Kamar Hotel Melalui Penjualan Kamar di Online Travel Agent di Infinity8 Bali”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, adalah :

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi *online travel agent* di Hotel Infinity8 Bali?
2. Bagaimana strategi Hotel Infinity8 Bali untuk meningkatkan *occupancy* melalui penjualan kamar di *online travel agent*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi *online travel agent* di Hotel Infinity8 Bali.
2. Untuk mendesain strategi yang digunakan untuk meningkatkan *occupancy* kamar hotel melalui penjualan kamar di *online travel agent* di Infinity8 Bali.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dapat memahami bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan *occupancy* melalui penjualan kamar di *online travel agent*. Dimana strategi yang efektif akan mampu untuk bersaing dengan hotel-hotel kompetitor.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan gambaran yang lebih *real* khususnya tentang strategi meningkatkan *occupancy* melalui penjualan kamar di *online travel agent*, serta untuk mengetahui efektivitas dari strategi tersebut untuk bersaing dengan hotel-hotel kompetitor.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini dapat menambah informasi dan referensi bagi para peneliti berikutnya yang akan menganalisis masalah yang serupa yang bertujuan untuk memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian yang sudah ada.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan mengenai efektivitas strategi meningkatkan *occupancy* melalui penjualan kamar di *online travel agent*.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Memuat: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Memuat: Landasan Teori, Hasil Penelitian Sebelumnya, Hipotesis, dan Kerangka Berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat: Lokasi Penelitian, Objek Penelitian, Identifikasi Variable, Definisi Operasional Variabel, Jenis dan Sumber Data, Populasi dan Metode Penentuan Sampel, Metode Pengumpulan Data, dan Teknik Analisa Data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Memuat: Gambaran Umum Perusahaan, Hasil Penelitian, Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Meliputi: Kesimpulan dan Saran.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi *online travel agent* di Hotel Infinity8 Bali yaitu:

a. Faktor internal:

- *Strengths* (kekuatan), yaitu lokasi, fasilitas, kualitas layanan, harga kamar, dan kebersihan hotel.

- *Weaknesses* (kelemahan), yaitu kamar tidak memiliki *view*, kamar tidak luas, area parkir terbatas, pencahayaan dalam hotel kurang, dan pilihan menu sarapan kurang beragam.

b. Faktor eksternal:

- *Opportunities* (kesempatan), yaitu dekat dengan destinasi wisata, seperti Garuda Wisnu Kencana, Pantai Melasti, Pura Uluwatu, Tanjung Benoa, dan Pantai Nusa Dua, kemudian media promosi, membuat *special event*, *campaign* di *online travel agent*, dan pengembangan kualitas layanan.

- *Threats* (ancaman), yaitu kamar hotel kompetitor, seperti The Lerina, Four Points, dan FOX Jimbaran memiliki *view*, hotel kompetitor memiliki kamar yang lebih luas, perang harga di OTA, hotel kompetitor dengan fasilitas serupa, dan munculnya hotel-hotel baru.

2. Strategi Hotel Infinity8 Bali untuk meningkatkan *occupancy* melalui penjualan kamar di *online travel agent* berdasarkan faktor internal dan eksternal dibagi menjadi:
- a. Strategi SO (*Strengths – Opportunities*), yaitu bekerjasama dengan destinasi wisata sekitar untuk membuat paket promosi, aktif menggunakan media sosial untuk mempromosikan Hotel Infinity8 Bali di era *digital* ini dan aktif mengikuti *campaign* yang ditawarkan oleh OTA, dan melakukan evaluasi serta meningkatkan kualitas layanan.
 - b. Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*), yaitu bekerjasama dengan *Food & Beverage Manager* untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menambahkan pilihan menu sarapan, gencar mempromosikan destinasi wisata yang dekat dengan Infinity8 Bali, dan rutin mengadakan *special event*.
 - c. Strategi ST (*Strengths – Threats*), yaitu meningkatkan kualitas layanan dan performa hotel di OTA, mempertahankan harga serta mengikuti kondisi pasar, dan mengikuti *campaign* yang ditawarkan oleh *market manager* OTA.
 - d. Strategi WT (*Weaknesses – Threats*), yaitu memanfaatkan lahan parkir di belakang hotel untuk kendaraan besar, menjual *voucher* kamar di OTA dengan *benefit* yang menarik, dan selalu memperhatikan kebersihan kamar dan kelengkapan *amenities*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pada Infinity8 Bali disarankan agar meningkatkan kualitas layanan dan gencar melakukan promosi baik di media sosial atau melalui *campaign* di OTA.
2. Penelitian ini berhasil dilaksanakan dengan baik, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau perbandingan untuk penelitian berikutnya.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriyati, L. (2019). Online Travel Agent. *Jurnal Media Wisata*, 17.
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02 (1998).
- Ida Bagus Gede Paramita, I. G. G. P. A. P. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, EISSN 2614, ISSN 2527-9734.
- Jurnal Media, W., & Hendriyati, L. (2019). Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta
- National, G., & Pillars, H. (2019). Analisis Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Hotel, 53–59.
- Ningtyas, M. (2014). Metode Penelitian, 32–41.
- Pemasaran, P. (2014). Pengertian Jasa, 7–18.
- Philemon, T. A., Sundjaja, I. B., & Budiono, A. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Online Travel Agent. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–19.
- Prajarto, Y. A. N., & Purwaningtyas, M. P. F. (2004). Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Efektivitas Sistem Informasi Kanal Pemesanan Daring. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–18.
- Purba, A. B., Suliantoro, H. (2015). Perancangan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Matriks SWOT. *Engineering Online Journal*, April 2014.
- Raya, J. (2021). Strategi Meningkatkan Occupancy Kamar di Hotel Bintang Empat.
- Someone. (2011). Bab II Landasan Teori Pengertian Analisis SWOT, 13–31.
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.
- Utami, V. K., Tanujaya, D., & Jokom, R. (2016). Analisa Faktor Yang Penting Dari Dimensi Electronic Word of Mouth (EWOM) Bagi Konsumen Dalam Memilih Hotel Di Situs Online Travel Agent (OTA). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 78–85.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI