**STRATEGI PENJUALAN KAMAR HOTEL OLEH *FRONT DESK AGENT*
MELALUI MEDIA *ONLINE* DI HOTEL SURYA YUDHA
BANJARNEGARA**

Suradi¹, Anton Triyantoro², Alip Prasetio³

Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta¹, Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta²
Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta³
suradi.hadi22@gmail.com¹, anton.stipary@gmail.com², aliprasetio86@gmail.com³

Abstract

This research aims to analyze and identify effective hotel room sales strategies through the role of Front Desk Agent using online media at Hotel Surya Yudha, Banjarnegara. As technology continues to develop and consumer behavior changes, hotels need to adapt to innovative sales methods to increase room occupancy. This research uses a qualitative and quantitative approach involving Front Desk Agents as the main subject. Data was collected through in-depth interviews, observation and analysis of hotel sales data. It is hoped that the results of this research will provide insight into effective hotel room sales strategies through online media, as well as provide recommendations for improving the performance of Front Desk Agents in achieving sales targets. The practical implications of this research can help hotel management to strengthen their position in the increasingly fierce competition in the hotel industry.

Key words : room sales strategies, hotel, front desk agent, online media, hotel room

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi penjualan kamar hotel yang efektif melalui peran Front Desk Agent menggunakan media online di Hotel Surya Yudha, Banjarnegara. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, hotel perlu menyesuaikan diri dengan metode penjualan yang inovatif untuk meningkatkan okupansi kamar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan melibatkan Front Desk Agent sebagai subjek utama. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis data penjualan hotel. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang strategi penjualan kamar hotel yang efektif melalui media online, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja Front Desk Agent dalam mencapai target penjualan. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat membantu manajemen hotel untuk memperkuat posisi mereka dalam persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

Kata kunci : strategi penjualan kamar, front desk agent, media online, kamar hotel,

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah berbagai aspek

kehidupan, termasuk cara penjualan dan pemasaran dalam industri perhotelan. Penjualan kamar hotel melalui media online telah menjadi salah satu strategi

yang populer dan efektif dalam mencapai pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan kamar hotel melalui media online di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Hotel Surya Yudha Banjarnegara adalah salah satu hotel yang ada di Banjarnegara yang merupakan hotel bintang tiga. Hotel Surya Yudha Banjarnegara menawarkan berbagai fasilitas baik untuk bisnis maupun untuk berlibur bersama keluarga. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, maka manajemen haruslah memperhatikan tingkat penjualan kamar agar mampu bersaing dengan *competitor* agar bisa tetap berkembang dan dapat mempertahankan tingkat hunian dengan memberikan pelayanan yang nyaman dan memberikan kesan baik agar para tamu erasa puas.

Hotel Surya Yudha Banjarnegara memiliki beberapa departemen. *Front Desk Agent* adalah salah satu *section* dari departemen *Front Office* yang bertanggungjawab menyediakan pelayanan penjualan kamar kepada tamu secara profesional dengan memperhatikan seluruh aspek termasuk keramahan dan kemudahan akses untuk tamu melakukan reservasi dan dengan tujuan mendapatkan *income/revenue*.

Pelayanan penjualan kamar di Hotel Surya Yudha Banjarnegara juga dilakukan melalui berbagai media, salah satunya adalah dengan menggunakan media *online*. Melalui media *online* tersebut, diharapkan penjualan kamar di Hotel Surya Yudha Banjarnegara dapat dijangkau dengan mudah untuk calon tamu sehingga dapat menambah tingkat hunian di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Petugas *Front Desk Agent* merupakan seseorang yang berperan penting dalam penjualan kamar tersebut,

karena memiliki tanggung jawab untuk berhadapan langsung dengan calon tamu. Dalam pelaksanaan operasional hotel, strategi penjualan kamar melalui media *online* oleh *Front Desk Agent* sangat dibutuhkan dan dikuasai agar dapat meningkatkan aksesibilitas dan tingkat huni di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penjualan kamar hotel melalui media *online* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Hal ini didasari dengan banyaknya aktifitas penjualan kamar hotel secara online di era sekarang. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana cara penjualan kamar hotel melalui media online agar dapat mempengaruhi strategi pemasaran, keputusan operasional, dan performa keseluruhan hotel.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Strategi Penjualan Kamar Hotel Oleh *Front Desk Agent* Melalui Media *Online* Di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.”

1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan objek dan metode penelitian di atas, fokus dari penelitian ini adalah strategi penjualan kamar hotel oleh *Front Desk Agent* melalui media *online* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana strategi penjualan kamar hotel oleh *Front Desk Agent* melalui media *online* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penjualan kamar hotel oleh *Front Desk Agent*

melalui media *online* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki kegunaan antara lain untuk memahami interaksi sosial dan memahami perasaan orang yang sulit untuk dimengerti (Sugiyono, 2010).

Pada penelitian ini, desain penelitiannya menggunakan desain etnografi, yaitu tugas menggambarkan beberapa kebudayaan-kebudayaan. Menurut Spradley (2007) kegiatan ini memiliki tujuan utama yaitu guna memperoleh pemahaman mengenai sebuah pandangan hidup berdasarkan sudut pandang (*viewpoint*) dari penduduk asli.

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di departemen *Front Desk Agent* Hotel Surya Yudha Banjarnegara yang beralamat di Jl. Raya Rejasa KM 1, Rejasa, Madukara Banjarnegara, Jawa Tengah 53482

2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data utama yang akan di analisis dalam penelitian ini. Karakter data primer adalah bila data primer tidak tersedia, maka analisis data tidak dapat dilakukan. Adapun data sekunder adalah data pendukung, yaitu data yang hanya bersifat memberikan penegasan atas data primer dalam penelitian ini.

Sumber data penelitian berasal dari manajemen Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Pengunjung dan informan lain yang ditunjuk informan kunci dalam penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini adalah bagian Front desk Agent, yaitu Bapak Army Dimas Wibowo selaku asupervisor, Prima Tri Sebastian selaku

digital marketing, Ellan Satriawan selaku supervisor, Safira Yulindra Fatimah selaku FDA.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian untuk penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. (Sukmadinata (2008: 58))

Untuk memperoleh data dan informan yang akurat dan *representative* dibutuhkan Teknik pengumpulan data yang tepat, dimana peneliti bertindak sebagai *instrument* utama yang menyatu dengan sumber data dalam situasi yang ilmiah diperlukan agar data dan narasumber yang diperoleh akurat dan merepresentasikan kebutuhan penelitian.

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data oleh peneliti diantaranya :

2.4.1 Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Syafnidawati, 2020). Dengan menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat melihat dan mendapatkan informasi yang jelas dengan secara langsung mengenai strategi penjualan kamar melalui media *online* yang digunakan dalam melakukan penjualan kamar oleh front desk agent di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

2.4.2 Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong pengertian wawancara adalah suatu percakapan dengan tujuan-tujuan tertentu. Pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (face to

face) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. (Maxmanroe, 2020). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dihasilkan makna dalam suatu topik tertentu dengan harapan peneliti dapat mendengar secara langsung jawaban atas apa yang ditanyakan kepada narasumber (*Front Desk Agent*, dan *Digital Marketing*)

2.4.3 Dokumentasi

Menurut Sulistyo Basuki, dokumentasi di Indonesia adalah suatu pekerjaan mengumpulkan, menyusun, dan mengelola dokumen literer yang mencatat semua aktivitas manusia dan yang dianggap berguna untuk dijadikan sebagai bahan keterangan dan penerangan mengenai berbagai soal (Paul, 2022). Metode ini dapat dijadikan bukti bahwa kejadian tersebut benar terjadi dan data yang dipalsukan. Hasil dokumentasi yang didapatkan yaitu foto-foto yang berkaitan dengan proses penjualan kamar melalui media *online* yang dilakukan oleh *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

2.4.4 Studi Pustaka

Menurut Sarwono, studi pustaka merupakan kegiatan mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dan berguna untuk mendapat landasan teori yang akan diteliti. Studi pustaka adalah teknik untuk mendapatkan data teoritis atau data sekunder dalam penelitian (Hasiholan & Amboningtyas, 2021). Studi Pustaka dilakukan dengan mempelajari buku, literatur, dokumen resmi, catatan dan transkrip, yang terkait dengan strategi dan media *online* untuk melakukan penjualan kamar

2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif (*Interactive Model of Analysis*). Menurut Miles dan Huberman (2008) dalam model ini tiga komponen analisis, yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan, dilakukan dengan bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data (*data collecting*) sebagai suatu siklus.

Pengumpulan data

Pengumpulan data, kegiatan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data hasil observasi ditunjukkan dalam bentuk visual berupa foto, data hasil wawancara disajikan dalam bentuk rekaman atau *field note*, dan data hasil dokumentasi ditampilkan dalam bentuk salinan dari arsip aslinya.

3. HASIL PENELITIAN

Menurut Sunarto, (2003:6,7) Internet dan media sosial telah memberikan *platform* baru bagi hotel untuk mempromosikan kamar mereka kepada calon tamu. Berikut ini yaitu beberapa strategi penjualan kamar hotel menurut Sunarto(2003:6,7) melalui media *online* yang diterapkan oleh *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar melalui media onlinedi Hotel Surya Yudha Banjarnegara antara lain :

3.1 Mengelola Situs Web Hotel

Situs Web dalam penjualan kamar hotel adalah situs web yang menggunakan sistem reservasi terintegrasi. Hotel Surya Yudha Banjarnegara memanfaatkan situs web ini sebagai hotel mandiri dengan mengelola jaringan hotel agar dapat menarik perhatian pasar sasaran dan mendorong lebih banyak pemesanan kamar. Petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara mengelola situs web hotel ini dengan mengoptimalkan kebutuhan dan keinginan para calon tamu. Situs ini

memudahkan petugas *Front Desk Agent* memperoleh tamu dan melakukan penjualan melalui media *online*, karena situs web hotel merupakan bagian integral dari strategi penjualan kamar hotel oleh petugas *Front Desk Agent* dengan naungan manajemen Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Petugas *Front Desk Agent* memiliki tugas untuk melakukan *Follow Up* bagi calon tamu yang melakukan reservasi maupun menanyakan informasi tentang Hotel Surya Yudha Banjarnegara melalui situs web ini. *Front Desk Agent* harus selalu siap dapat melakukan *follow up* bagi setiap tamu yang aktif pada situs web ini, tentunya dengan memberikan pelayanan terbaik.

Menurut wawancara yang telah penulis lakukan dengan Bapak Army Dimas Wibowo selaku asisten supervisor Hotel Surya Yudha Banjarnegara, beliau mengatakan “Untuk pemesanan melalui situs web hotel, kami selaku petugas *Front Desk Agent* selalu siap memberikan pelayanan terbaik dengan melakukan *follow up* kepada para tamu. Tidak jarang juga banyak tamu yang bertanya tentang apa saja fasilitas yang di dapat saat menginap di hotel kami dan banyak juga yang menanyakan tentang apakah reservasi mereka sudah aman atau belum.”

Dalam operasionalnya, petugas *Front Desk Agent* bekerja sama dengan Departemen *Marketing*, khususnya *Digital Marketing* dalam mengelola situs web Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Hal ini dikarenakan *Digital Marketing* bertugas mengelola ke dalam situs web hotel dibantu oleh *Front Desk Agent* untuk konten-konten yang ada di dalamnya. *Front Desk Agent* juga berperan dalam melakukan *report* tentang konten-konten yang ada di dalam situs yang dianggap kurang menarik dan menyampaikan kepada *Digital Marketing* untuk melakukan

update atau menambahkan konten yang terbaru dan relevan pada situs web ini. Konten yang selalu *update* dapat menarik calon tamu dalam mencari informasi tentang Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Menurut Prima Tri Sebastian, selaku *Digital Marketing* Hotel Surya Yudha Banjarnegara mengatakan bahwa “Untuk setiap konten yang ada di situs web hotel selalu kami Kelola untuk *update* nya, dimana pada setiap *update* saya selalu berkoordinasi dengan bagian *Front Desk Agent* perihal apa yang dirasa kurang dan apakah ada pembaharuan khususnya pada kamar-kamar hotel, seperti interior pada masing-masing tipe kamar.”

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis diperoleh pembahasan bahwa di Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah memiliki situs web yang dikelola dengan cukup baik oleh petugas *Front Desk Agent*. Mengelola situs web ini merupakan bagian dari strategi yang dilakukan oleh *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Situs web di Hotel Surya Yudha Banjarnegara yaitu <http://suryayudhapark.com/>. Situs ini mudah didapati saat *online* oleh calon tamu ketika mereka mencari hotel di Banjarnegara secara *online*. Pada situs ini berisi penjelasan mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Situs web ini juga berisi pemaparan fasilitas yang ada di hotel maupun di lingkungan sekitar hotel dilengkapi dengan foto-foto yang dapat memudahkan calon tamu untuk mendapatkan gambaran bagaimana keadaan atau apa yang mereka akan dapati saat menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Situs web Hotel Surya Yudha Banjarnegara ini juga dapat digunakan oleh tamu untuk melakukan reservasi kamar. Pada situs ini, tamu bisa melakukan reservasi dengan menghubungi nomor telepon

hotel atau *email* hotel yang tertera pada situs tersebut yang akan langsung terhubung dengan petugas *Front Desk Agent* Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Selain untuk melakukan reservasi kamar hotel, situs web Hotel Surya Yudha Banjarnegara juga menjadi sumber informasi bagi para tamu untuk mencari informasi mengenai destinasi atau pilihan hiburan lain di sekitar hotel atau yang ada di wilayah Banjarnegara.

Penggunaan situs web sangat membantu petugas *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar. Selain merupakan media *online* yang mudah diakses, situs ini juga memberikan kemudahan bagi *Front Desk Agent* dalam melakukan pelayanan reservasi dengan tamu. Petugas *Front Desk Agent* juga akan memberi informasi kepada para tamu yang sudah pernah menginap apabila mereka membutuhkan referensi mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Tamu tersebut akan diarahkan untuk mengakses situs Web Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Situs web yang memaparkan banyak data mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara ini juga terhubung nomor *WhatsApp* hotelyang mempermudah tamu untuk melakukan reservasi dan terhubung dengan petugas *Front Desk Agent*.

3.2 Melakukan Penjualan dan Promosi Penjualan Kamar pada Jaringan atau Media Sosial,

Jaringan sosial berbasis internet atau media sosial pada era digital saat ini tidak bisa diragukan lagi eksistensinya. Mayoritas masyarakat kini sangat aktif dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara memanfaatkan media sosial untuk melakukan penjualan dan promosi penjualan kamar. Terbukti melalui media sosial penjualan kamar di

Hotel Surya Yudha Banjarnegara cukup naik dengan signifikan.

Penjualan kamar melalui media sosial merupakan strategi yang dilakukan oleh *Front Desk Agent* untuk melakukan penjualan kamar secara efektif dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Penggunaan media sosial memudahkan *Front Desk Agent* untuk melakukan promosi penjualan kepada calon tamu.

Petugas *Front Desk Agent* harus dapat melakukan interaksi kepada pengguna media sosial. Hal itu wajib dilakukan oleh semua petugas *Front Desk Agent* sebagai bentuk pelayanan yang baik kepada tamu. Selain berinteraksi dengan calon tamu, petugas *Front Desk Agent* juga harus dapat memberikan respon yang baik dalam aktif menggunakan media sosial tersebut. Hal tersebut berguna agar calon tamu dapat mendapatkan kesan baik yang diberikan oleh petugas *Front Desk Agent*.

Menurut wawancara dengan Bapak Elan Satriawan selaku *Supervisor Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, beliau mengatakan “*Dalam aktif bermedia sosial, kami selaku petugas Front Desk Agent berusaha memberi respon yang baik dan cepat kepada seluruh tamu yang berkomunikasi dengan kami melalui media sosial milik hotel. Hal ini agar tamu mendapatkan pelayanan yang maksimal oleh kami melalui semua petugas yang bertugas pada saat itu*”

Petugas *Front Desk Agent* dalam mengoperasikan dan mengelola media sosial Hotel Surya Yudha Banjarnegara juga dibantu oleh *Digital Marketing*. Petugas *Front Desk Agent* selalu berkoordinasi dengan *Digital Marketing* dalam hal penyusunan konten agar selalu *update* dan menarik. Hal itu bertujuan agar para tamu semakin tertarik dengan Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Petugas *Front Desk Agent*

juga harus selalu konsisten dalam mengunggah konten di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Syafhira Yunindra Fathimah, selaku petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara beliau mengatakan “*Kami selalu siap dan sigap dalam melakukan unggahan konten pada media sosial hotel, agar selalu ada pembaharuan konten sehingga tamu dapat mendapati konten pada media sosial mereka. Kami juga berkomunikasi dengan bagian Digital Marketing untuk membuat konten tersebut sehingga kami dapat mengunggahnya pada media sosial hotel kami.*”

Penggunaan media sosial sebagai salah satu strategi penjualan dan promosi penjualan kamar yang dilakukan oleh petugas *Front Desk Agent* sangat berpengaruh dalam tingkat huni di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Selain petugas *Front Desk Agent*, para petugas dari semua departemen lain di Hotel Surya Yudha Banjarnegara juga diminta untuk turut serta dalam mempromosikan Hotel Surya Yudha Banjarnegara melalui media sosial mereka. Beberapa promosi yang bisa dilakukan oleh seluruh petugas di Hotel Surya Yudha Banjarnegara yaitu promosi untuk potongan harga pada event-event tertentu, dokumentasi mengenai hotel, serta keadaan yang terjadi di hotel. Hal itu dilakukan untuk mencari calon tamu dari berbagai kalangan, sehingga dapat membantu petugas *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar.

Pada era sekarang ini, banyak sekali media sosial yang diakses oleh Masyarakat. Media sosial tersebut berisi informasi mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara seperti fasilitas, letak hotel, katalog, serta yang paling banyak dan selalu di update yaitu promo menarik yang ada pada Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis diperoleh pembahasan bahwa di Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah memiliki media sosial yang dikelola dengan baik oleh petugas *Front Desk Agent*. Media sosial yang digunakan di Hotel Surya Yudha Banjarnegara tentunya dapat dioperasikan dengan baik oleh petugas *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar. Berikut pembahasan mengenai media sosial yang dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar, antara lain :

3.2.1 WhatsApp

WhatsApp merupakan media sosial yang digunakan secara efektif oleh petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, dimana merupakan media sosial paling terbukti efektif dan signifikan dalam mendatangkan tamu. Fleksibilitas dalam kemudahan akses maupun pengoperasian media ini sangat lah mudah. Pada saat ini juga terdapat *WhatsApp Business* yang dapat menghubungkan hotel, tamu, vendor, dan grup lainnya. Dengan menggunakan *WhatsApp*, hotel bisa terhubung dengan tamu dengan mudah dan cepat, sekaligus meningkatkan komunikasi melalui nomor *WhatsApp* hotel. Selain cepat dan mudah, proses komunikasi petugas *Front Desk Agent* dengan tamu melalui *WhatsApp* didukung juga dengan pesan multimedia termasuk gambar, video, audio, dan file. Hal ini menjadikan komunikasi antara petugas *Front Desk Agent* dengan tamu terasa lebih alami dan hidup, sehingga dapat membangun hubungan dan kepercayaan yang berujung pada kepuasan pada pelayanan yang diberikan. Tamu-tamu yang melakukan reservasi melalui *WhatsApp* kebanyakan merupakan tamu yang pernah menginap atau *returning guest*. Strategi yang dilakukan oleh petugas *Front Desk Agent* dalam melakukan penjualan kamar melalui *WhatsApp* ini yaitu dengan mengirimkan pesan saluran

atau *Broadcast Message* kepada para *Returning Guest* maupun kepada para tamu yang diperoleh dari Departemen Marketing. *Broadcast Message* tersebut berisi penawaran harga ataupun diskon-diskon menarik yang sedang ada di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Hal itu diharapkan agar penjualan kamar hotel bisa dijangkau dengan mudah bagi tamu dengan pelayanan yang maksimal oleh petugas *Front Desk Agent*. Selain itu, petugas *Front Desk Agent* juga melakukan pembaharuan status pada *WhatsApp*, agar para tamu yang menyimpan nomor *WhatsApp* Hotel Surya Yudha Banjarnegara dapat mendapatkan *update* informasi terbaru mengenai hotel. Banyak juga tamu yang baru akan menginap yang melakukan pemesanan kamar menemukan nomor *WhatsApp* pada situs Web resmi hotel, yang akan langsung terhubung dengan petugas *Front Desk Agent*. melalui *WhatsApp* hotel maupun bertanya-tanya mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Bagi tamu yang baru akan menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara juga dapat

Keberhasilan *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara dalam melakukan strategi penjualan kamar hotel melalui *WhatsApp* dapat dilihat dalam tabel 4.1 di bawah ini.

Tingkat Penjualan Kamar (Per Type Kamar) Melalui *WhatsApp* Hotel Surya Yudha Banjarnegara

No	Type Kamar	Bulan		
		Mei	Juni	Juli
1	Standar	570	690	450
2	Superior	390	273	227

3	Deluxe	36	45	33
4	Executive	7	15	3
5	Royal Suites	3	2	-
6	President Suites	-	-	-
Total Kamar Terjual		1006	1025	713

Tabel 4.1 Sumber Hotel Surya Yudha Banjarnegara

Berdasarkan data yang di peroleh dari table 4.1, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan kamar yang dilakukan oleh petugas *Front Desk Agent* melalui di Hotel Surya Yudha Banjarnegara selama bulan Mei, Juni, dan Juli selalu berubah-ubah. Hal ini dikarenakan kebanyakan tamu yang melakukan reservasi melalui *WhatsApp* ini adalah tamu yang pernah menginap atau *Returning Guest*. Para tamu ini kerap meminta kamar yang sama dengan yang pernah mereka tinggali, namun terkadang kamar yang di minta terpakai oleh tamu rombongan yang mengadakan event di Hotel Surya Yudha Banjarnegara atau bahkan sudah di booking oleh tamu yang baru akan menginap. Namun banyak juga tamu yang baru pertama kali melakukan reservasi kamar melalui *WhatsApp* yang ada pada situs Web Hotel maupun dengan bertanya pada Departemen

Marketing yang selanjutnya diarahkan untuk menghubungi nomor *WhatsApp* yang terhubung langsung dengan petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

3.2.2 Instagram

Hotel Surya Yudha Banjarnegara menggunakan *Instagram* selama bertahun-tahun. Dengan adanya media sosial *Instagram* yang terus berkembang, Hotel Surya Yudha Banjarnegara dapat memanfaatkannya sebagai media ini untuk berbisnis. Hotel Surya Yudha Banjarnegara memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai salah satu media promosi penjualan. Tidak hanya sebagai media promosi, *Instagram* ini juga dimanfaatkan sebagai media untuk bertukar informasi dan komunikasi oleh *Front Desk Agent*, khususnya dalam menjalankan strateginya dalam melakukan penjualan kamar Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Media sosial ini berisi kumpulan momen yang terjadi di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Selain itu, media ini dinilai dapat memberikan dampak yang cukup baik dalam mengembangkan dan menumbuhkan citra positif bagi Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Dengan nama akun *Instagram* “@suryayudhapark” yang diikuti oleh 12.300 pengikut, dengan 1.131 unggahan, serta selalu update setiap harinya membuat Hotel Surya Yudha Banjarnegara dapat dikenal dengan baik oleh masyarakat luas. Petugas *Front Desk Agent* melakukan penjualan dan promosi penjualan kamar hotel dengan melakukan unggahan konten yang menarik seperti potongan harga maupun keadaan yang ada di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Unggahan tersebut diharapkan dapat menarik perhatian calon tamu yang mengikuti akun *Instagram* Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Penggunaan *Instagram* sebagai *platform* penjualan kamar ini dilatar belakangi dengan kemampuannya dalam

mengikuti perkembangan zaman. Pada *Instagram*, para tamu juga dapat melihat dan menemukan segala sesuatu yang diinginkan dengan jelas, mulai dari berbagai foto, video, lokasi, dan keterangan yang ingin dicari mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

3.2.3 Facebook

Sama halnya dengan penggunaan media sosial lainnya, *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara memanfaatkan *Facebook* ini untuk melakukan penjualan kamar hotel. Dengan nama akun *Facebook* “@Surya Yudha Park Banjarnegara”, yang berisi konten-konten tentang apa saja yang ada serta momen-momen yang ada terjadi di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Petugas *Front Desk Agent* juga kerap melakukan promosi penjualan kamar hotel pada media sosial *Facebook* ini. Dengan demikian, diharapkan para pengguna *Facebook* dapat mengakses informasi mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara dengan lebih mudah. Namun belakangan ini, penggunaan *Facebook* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara mulai tidak menjadi prioritas karena mayoritas tamu Hotel Surya Yudha Banjarnegara mulai berganti media sosial dengan cangkupan informasi yang lebih luas seperti *WhatsApp* dan *Instagram*.

Penggunaan media sosial sangat memberikan dampak yang signifikan dalam penjualan kamar oleh petugas *Front Desk Agent* Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Hal ini dibuktikan dalam beberapa bulan terakhir selama peneliti melakukan observasi di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, 50% tamu yang menginap di hotel melakukan reservasi melalui media sosial. Setiap hari selalu ada tamu yang melakukan reservasi melalui media ini. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial merupakan strategi penjualan kamar oleh petugas *Front Desk Agent* yang efektif dalam mendatangkan banyak tamu.

3.3 Mengelola Penjualan Kamar pada *Online Travel Agent*

Front Desk Agent sebagai *ection* yang ditugaskan dalam menangani dan melayani tamu yang melakukan reservasi melalui media *online* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Hal ini juga merupakan pilar kekuatan baru di Hotel Surya Yudha Banjarnegara dalam mencari tamu. Hotel Surya Yudha melakukan langkah sebagai upaya pemenuhan target dengan cara mencari informasi dari kolega tentang *online travel agent* yang memiliki *support* tamu ke hotel dengan metode pembayaran lancar, tentunya dengan pertimbangan dengan manajemen.

Pada saat ini *Front Desk Agent* dibawah naungan manajemen Hotel Surya Yudha Banjarnegara bertanggung jawab untuk mengelola penjualan kamar pada *Online Travel Agent* dikarenakan adanya peluang yang besar untuk membantu meningkatkan hunian kamar. Beberapa pertimbangan untuk mengembangkan *Online Travel Agent* diantaranya adalah peluang pasar luas, besar dan tanpa batas. Banyak calon tamu beralih menggunakan *Online Travel Agent* dibanding langsung pesan ke hotel. Pesatnya perkembangan internet serta kemudahan akses melalui *smartphone* yang semakin canggih. Biaya yang diperlukan sangat murah bagi hotel dengan pemasaran yang dibantu oleh perusahaan pemilik *Online Travel Agent*. Pengendalian harga sepenuhnya dilakukan oleh hotel.

Front Desk Agent berperan sebagai pengendali persediaan kamar (*allotment*) Hotel Surya Yudha Banjarnegara, sehingga tidak langsung berhubungan dengan tamu apabila tamu memutuskan dan membeli langsung kepada *Online Travel Agent*. Petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara juga bertugas dalam menerima telepon konfirmasi dari calon tamu yang melakukan reservasi melalui

Online Travel Agent dan memastikan untuk ketersediaan kamar serta pesanan dari calon tamu sudah masuk ke dalam sistem hotel. Petugas *Front Desk Agent* juga harus selalu mengecek ketersediaan kamar agar tidak terjadinya *over booking*, karena dapat merugikan tamu maupun pihak hotel. Apabila *forecast* atau perkiraan tamu menginap kamar tinggi, maka petugas *Front Desk Agent* harus segera menutup *allotment* kamar yang ada pada *online travel agent*. Data-data mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara yang akan disajikan pada *Online Travel Agent* juga harus diisi dengan benar dan sesuai dengan keadaan yang ada di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Menurut hasil wawancara penulis dengan salah satu staf, saudari Syafhira Yunindria Fathimah selaku petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara beliau mengatakan “Untuk pengisian data pada *Online Travel Agent* harus dilakukan sedetail mungkin agar calon tamu dapat mengetahui apa yang ada di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, dengan ini pada saat *check in* nanti tamu sudah bisa membayangkan apa yang akan disajikan di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.”

Bekerja sama dengan *Online Travel Agent* yang memiliki nama yang baik berdasarkan referensi kolega dan manajemen *Online Travel Agent* serta membuat perjanjian yang saling menguntungkan, mengelola *extranet* dengan baik dan relatif, *In put* harga *extranet* sesuai dengan prosentase hunian hotel. Penggunaan *Online Travel Agent* sebagai strategi penjualan kamar oleh petugas *Front Desk Agent* di dukung dengan banyaknya jasa *Online Travel Agent* yang ada di zaman sekarang ini.

Front Desk Agent bekerja sama dengan departemen *Marketing* dalam hal pembuatan *bill* dengan *Online Travel*

Agent dan departemen *Accounting* dalam hal pembayaran kepada pihak *Online Travel Agent*. *Front Desk Agent* juga berkoordinasi dengan manajemen Hotel Surya Yudha Banjarnegara dalam hal penerapan harga pada *Online Travel Agent*. Penerapan harga disini merupakan strategi penjualan kamar yang dilakukan oleh *Front Desk Agent* dengan memainkan harga dan memperhatikan *forecast* atau perkiraan jumlah tamu yang akan menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara yang dibandingkan dengan kompetitor.

Setelah penulis melakukan wawancara dengan Bapak Elan Satriawan selaku *supervisor Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, beliau mengatakan “*Apabila forecast kamar hunian rendah atau dibawah 70%, maka harga diturunkan dan ketersediaan kamar ditambah. Apabila forecast kamar tinggi atau diatas 70%, maka harga kamar dinaikan dan ketersediaan kamar diturunkan.*”

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis diperoleh pembahasan bahwa di Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah bekerja sama dengan *Online Travel Agent* yang dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* dengan baik. *Online Travel Agent* yang bekerja sama dengan Hotel Surya Yudha Banjarnegara tentunya diharapkan dapat mendatangkan tamu yang signifikan, sehingga merupakan penerapan strategi penjualan kamar oleh petugas *Front Desk Agent*. Berikut pembahasan mengenai *Online Travel Agent* yang dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, antara lain :

3.3.1 Traveloka

Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah melakukan kerja sama dengan pihak Traveloka selama bertahun-tahun. Hal ini didasari dengan kepuasan dari pihak hotel kepada pihak Traveloka

yang sangat signifikan dalam mendatangkan tamu ke Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Traveloka merupakan *Online Travel Agent* yang paling banyak mendatangkan tamu ke Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Kemudahan akses dan harga yang menarik membuat para tamu memilih menggunakan Traveloka untuk melakukan reservasi kamar Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Hampir setiap harinya selalu ada reservasi melalui Traveloka yang di *handle* dan dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* Hotel Surya Yudha Banjarnegara, bahkan pada event tertentu bisa terjadi *over booking*. Hal ini dikarenakan banyaknya promo yang ada pada *Online Travel Agent* ini. Pada Traveloka “Surya Yudha Park Banjarnegara”, terdapat banyak informasi mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara, dan bahkan ada juga informasi mengenai apa yang ada di sekitar hotel yang tentunya dapat memberi kemudahan bagi tamu yang menginap.

3.3.2 Tiket.com

Tak kalah dari Traveloka, Tiket.com merupakan *Online Travel Agent* yang cukup diandalkan untuk melakukan penjualan kamar oleh Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Selain akses yang mudah untuk melakukan reservasi, tamu juga dengan mudah untuk mendapatkan informasi mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Dalam beberapa bulan terakhir selama penulis melakukan penelitian di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, 20% tamu melakukan reservasi melalui Tiket.com, khususnya ketika ada event di hari-hari besar nasional. Dengan cukup mengetik “Surya Yudha Banjarnegara” pada menu pencarian di Tiket.com, tamu dapat melakukan reservasi kamar dan mendapat informasi lengkap mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

3.3.3 Agoda

Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah bekerja sama dengan *Online Travel Agent* ini dan memperoleh keuntungan yang cukup signifikan. Banyak tamu yang melakukan reservasi di Hotel Surya Yudha Banjarnegara melalui Agoda. Pada Agoda ini terdapat banyak informasi yang dapat diakses oleh tamu mengenai apa yang akan mereka dapati ketika menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Namun sering terjadi *reschedule* bahkan salah booking yang dilakukan oleh tamu, karena pada Agoda tercantum nama “Surya Yudha Hotel”, tidak menggunakan Banjarnegara. Meskipun pada alamat hotel tercantum lokasi, namun banyak tamu yang melakukan reservasi ke Hotel Surya Yudha Purwokerto, karena nama yang ada pada Agoda sama dengan Hotel Surya Yudha Banjarnegara yang jelas berbeda manajemen dan lokasinya. Dengan demikian, hal itu dapat merugikan kedua belah pihak hotel.

3.3.4 Pegi-Pegi

Pegi-Pegi merupakan *Online Travel Agent* yang bekerja sama dengan Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Sama halnya seperti *Online Travel Agent* lainnya, Pegi-Pegi juga memudahkan akses bagi tamu yang akan melakukan reservasi kamar di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Dengan tarif harga yang cukup rendah di antara *Online Travel Agent* lainnya, Pegi-Pegi cukup dapat menarik perhatian tamu. Namun dengan adanya *Online Travel Agent* lainnya yang lebih banyak digunakan oleh tamu, membuat Pegi-Pegi menjadi kurang sering diakses oleh tamu. Akan tetapi, di Hotel Surya Yudha Banjarnegara masih ada yang melakukan reservasi kamar melalui *Online Travel Agent* ini.

Pengelolaan jasa *Online Travel Agent* oleh petugas *Front Desk Agent* memberi dampak positif bagi pihak Hotel Surya Yudha Banjarnegara dengan alasan, pemesanan melalui

Online Travel Agent lebih praktis, jangkauan sangat luas, simpel dan menghemat waktu karena pembeli atau calon tamu tidak perlu menanyakan harga atau ketersediaan kamar langsung ke hotel, melainkan cukup mengakses di dalam aplikasi *Online Travel Agent* yang disukai. Semua informasi tentang Hotel Surya Yudha Banjarnegara yang dibutuhkan akan dapat langsung dilihat dengan jelas. Pemesanan dapat dilakukan dimana saja baik menggunakan komputer atau *smartphone*. Pengguna *online travel agent* juga dapat mengetahui harga yang lebih realistis dan sesuai dengan permintaan. Waktu pemesanan juga lebih fleksibel sesuai dengan keinginan dikarenakan *Online Travel Agent* berjalan selama 24 jam sehari. Pelanggan juga dapat mengetahui informasi mengenai Hotel Surya Yudha Banjarnegara seperti jumlah kamar, fasilitas, luas kamar, jenis kamar, cara pembayaran, perjanjian *quarantee payment*, waktu maksimal *check in* dan *check out* dengan lebih mudah. Semua kemudahan tersebut mengakibatkan banyak tamu yang beralih dalam pemesanan dari langsung ke menggunakan jasa *Online Travel Agent*. Keberhasilan *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara dalam menerapkan dan melakukan strategi penjualan kamar hotel melalui *Online Travel Agent* dapat dilihat dalam tabel 4.2 di bawah ini.

Tingkat Penjualan Kamar (Per Bulan) Melalui *Online Travel Agent* Hotel Surya Yudha Banjarnegara

No	Onli ne Trav el Agen t	Bulan			Total per OTA
		M ei	Juni	Jul i	
1	Trav eloka	49	116	40	205
2	Tiket	27	35	20	82

	.com				
3	Agoda	-	5	8	13
4	Pegi-Pegi	-	2	2	4
Total Kamar Terjual		76	158	70	304

Tabel 4.2

Sumber Hotel Surya Yudha
Banjarnegara

Menurut data yang diperoleh dari tabel 4.2 berdasarkan data di hotel *system* selama penulis melakukan observasi, dapat disimpulkan bahwahunian kamar di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, dilihat jumlah tamu yang menggunakan *Online Travel Agent* selama 3 bulan terakhir cukup banyak. Hal ini membuktikan bahwa penjualan kamar melalui *Online Travel Agent* dapat menghasilkan cukup banyak tamu yang menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. *Traveloka* merupakan *Online Travel Agent* yang paling banyak mendatangkan tamu dengan jumlah tamu sebanyak 205 tamu, diikuti *Tiket.com* dengan jumlah 82 tamu, serta *Agoda* dengan 13 tamu dan *Pegi-Pegi* yang hanya 4 tamu. Pada bulan Juni mendapat tamu dengan jumlah paling banyak karena pada saat itu sedang ada musim liburan sekolah, sehingga banyak tamu yang menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Namun, tamu yang datang melalui *Online Travel Agent* dapat dikatakan masih kurang konsisten untuk dapat menyaingi tamu dari *government* dan *corporate*. Hal ini dikarenakan pihak hotel masih fokus untuk mencari tamu dari *government* dan *corporate*, dengan harapan dapat menjual paket *meeting* dimana semua produk hotel bisa terjual termasuk kamar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis selama meneliti di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, dapat diperoleh kesimpulan bahwa strategi penjualan kamar hotel oleh *Front Desk Agent* melalui media online di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, yaitu mengelola situs web, melakukan penjualan dan promosi penjualan kamar pada jaringan atau media sosial, dan mengelola penjualan kamar pada *Online Travel Agent*. Situs web Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah dikelola dengan baik. Terdapat tiga media sosial yang dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, yaitu *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Dari ketiga media sosial yang digunakan, *WhatsApp* merupakan media sosial yang sering digunakan untuk melakukan pelayanan penjualan kamar kepada tamu, sedangkan *Instagram* dan *Facebook* dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* dalam melakukan promosi penjualan. *Online Travel Agent* yang dikelola oleh petugas *Front Desk Agent* di Hotel Surya Yudha Banjarnegara yaitu *Traveloka*, *Tiket.com*, *Agoda*, dan *Pegi-Pegi* yang dikelola melalui *channel manager* oleh *Front Desk Agent*. Jadi strategi penjualan kamar hotel oleh *Front Desk Agent* melalui media online sudah diterapkan dengan sangat baik dan efektif dalam kegiatan operasionalnya.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian Strategi penjualan kamar hotel oleh *Front Desk Agent* melalui media online di Hotel Surya Yudha Banjarnegara, Hal yang perlu di perhatikan adalah sebagai berikut:

4.2.1 Promosi lebih dimaksimalkan pada setiap media online yang digunakan dalam melakukan penjualan kamar di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

Seperti promosi mengenai potongan harga, maupun pengalaman atau hal-hal menarik yang akan didapati tamu saat menginap. Hal ini diharapkan untuk menarik perhatian tamu yang mengakses media *online* untuk menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara.

4.2.2 Untuk *Online Travel Agent* seharusnya ditugaskan pada satu orang petugas atau admin khusus pada bagian itu, sehingga petugas *Front Desk Agent* fokus untuk melakukan pelayanan dan respon pada reservasi tamu. Petugas yang bertanggung jawab untuk mengisi data-data yang di *update* pada masing-masing *Online Travel Agent*.

4.2.3. Membuat konten tentang kamar hotel atau video pendek untuk promosi di media sosial (tiktok, instagram, face book)

5. REFERENSI

- Agusnawar. 2002. Pengantar Operasional Kantor Depan Hotel. Jakarta: PT. Perco
- Al Bataafi, 2005. House Keeping Departement, Floer and Publick Area, Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofjan, 2007, Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta.
- Bagyono. (2007). Pariwisata dan Perhotelan. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Chaffey, Dave. 2002. E-Business and E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice. Fourth Edition. Prentice Hall
- Darsono, A. (2016). Houskeeping Hotel. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Denny G. Rutherford, Hotel Management and Operation (1989), New York, Van Nostrand Reinhold.
- Hasiholan, L. B., & Amboningtyas, D. (2021). Model Pemasaran Digital Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1).
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Mahyudin. (2019). Sosiologi Komunikasi: Dinamika Relasi Sosial di Era Virtualitas. Makassar: Penerbit Sofia
- Maxmanroe. (2020). *Pengertian Wawancara Adalah, Tujuan, Jenis, Ciri-Ciri, Fungsi Wawancara*. Maxmanroe.Com.
- Paul, O. (2022). *Dokumentasi Adalah: Pengertian, Fungsi, dan Jenisnya*. Sampoerna University.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017, May 17). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal*

Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1),1-17. Romli, Asep Syamsul M. Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola Media Online. (Bandung : Nuansa Cendikia. 2012). h. 30.

<https://accurate.id/marketing-manajemen/strategi-pemasaran-hotel-terbaik/>

Salma. (2021). Pengertian Objek Penelitian: Macam, Prinsip dan Contoh Lengkap. In *Penerbitdeepublish.Com*.

Sidiq. (2018). Objek Penelitian: Pengertian dan Contohnya. *15 Maret 2018*.

Sihite, Richard. (2000). Tourism Industry, Surabaya : SIC

Suarthana, I Ketut Putra. (1986). Front Office Hotel (Front Office). Bandung:ManajemenPerhotelan Indonesia.

Sulastiyono, 2006, Manajemen Penyelenggaraan Hotel, Bandung, Alfabeta

Sulastiyono, A. (2001). Manajemen Penyelenggaraan Hotel- Seri ManajemenUsahaJasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Bandung: CV. Alfabeta.

Sulastiyono. (2011). Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel.Bandung: Alfabeta.

Sunarto, 2003, Prinsip-Prinsip Pemasaran, AMUS, Yogyakarta

Syafnidawati. (2020). Observasi – Universitas Raharja. In *Universitas Raharja*.

Surat Keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II/1988 tentang usaha dan pengelolaan hotel