

**EFEKTIVITAS *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN OKUPANSI
DI RAYZ UMM HOTEL MALANG**

SCRIPT PRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:
Gina Yulia Mawi
202010160311035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN OKUPANSI
DI RAYZ UMM HOTEL MALANG**

Oleh :

Gina Yulia Mawi
202010160311035

Diterima dan disetujui
pada tanggal 16 Maret 2024

Pembimbing I,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Pembimbing II,



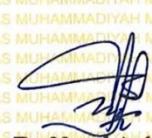
Novi Puji Lestari, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**EFEKTIVITAS E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN OKUPANSI
DI RAYZ UMM HOTEL MALANG**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Gina Yulia Mawi
NIM : 202010160311035
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 16 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.
Penguji III : Novi Puji Lestari, S.E., M.M.
Penguji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

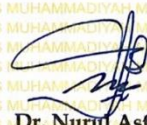
1.....
2.....
3.....
4.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Gina Yulia Mawi
NIM : 202010160311035
Program Studi : Manajemen
mail : ginayuliamawi035@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam Script preneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Malang, 8 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Gina Yulia Mawi

EFEKTIVITAS *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN OKUPANSI DI RAYZ UMM HOTEL MALANG

Gina Yulia Mawi, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Novi Puji Lestari, S.E., M.M
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail: ginayuliamawi035@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of marketing to obtain more optimal occupancy through the current e-commerce system. In this study, researchers used qualitative descriptive research with purposive sampling techniques. The data collection methods used are observation, interviews, and documentation. The results of this study show that by implementing e-commerce has gained success for Rayz UMM Hotel Malang in marketing its products for the effectiveness of increasing hotel occupancy every year. However, the hotel needs to pay attention to several factors in order to remain effective in increasing occupancy between locations, services and facilities, to promotions that can be maximized using pull marketing strategies.

Keywords: E-commerce, Hotel Occupancy.



EFEKTIVITAS *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN OKUPANSI DI RAYZ UMM HOTEL MALANG

Gina Yulia Mawi, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Novi Puji Lestari, S.E., M.M
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail: ginayuliamawi035@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektivitasan pemasaran untuk memperoleh okupansi lebih optimal dengan melalui sistem e-commerce saat ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan mengimplementasikan e-commerce mendapatkan keberhasilan bagi Rayz UMM Hotel Malang dalam memasarkan produknya guna untuk keefektivitasan peningkatan okupansi hotel setiap tahunnya. Namun, pihak hotel perlu memperhatikan beberapa faktor agar tetap efektif dalam peningkatan okupansi diantara lokasi, pelayanan dan fasilitas, hingga promosi yang dapat dimaksimalkan dengan menggunakan strategi *pull marketing*.

Kata Kunci: E-commerce, Okupansi Hotel.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, trahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul **“Efektivitas *E-commerce* untuk Meningkatkan Okupansi di Rayz UMM Hotel Malang”**, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen dan dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan Scriptpreneur ini.
4. Ibu Novi Puji Lestari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan Scriptpreneur ini.
5. Cinta pertama penulis, (Alm.) Muhammad Darmawi yang selalu penulis rindukan. Semasa hidupnya yang selalu memberikan dorongan baik moral maupun moril kepada penulis, meskipun perjalanan ini harus penulis lewati tanpa dampingannya tetapi cintanya akan tetap hidup dalam diri penulis.

6. Pintu surga penulis, Wiwi Yuliani sosok ibu yang selalu berjuang untuk kehidupan saya, menjadi tulang punggung keluarga dan akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi saat ini. Terima kasih sudah selalu memberikan semangat, melangitkan doa, melimpahkan materi yang tiada henti serta menjadi sandaran terkuat untuk penulis.
7. Kepada diri penulis sendiri. Gina Yulia Mawi. Terimakasih sudah bertahan hingga dititik ini. Meskipun terkadang seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Terimakasih untuk tetap menjadi sosok yang selalu mau berusaha serta tidak lelah mencoba, tidak menyerah meskipun sesulit apapun proses perkuliahan hingga penyusunan scriptpreneur ini.
8. Ni Luh Ayu Wiri Ardini S. dan Dita Riana Putri sahabat yang selalu mau untuk penulis repotkan, sabar dalam mendengarkan keluh kesah, saling menguatkan dan mau menemani kemanapun penulis pergi serta memberikan bantuan yang luar biasa di titik terendah penulis.
9. Taraditha Islamy Gading T., Dwi Nur Shinta, dan Asmaul Kollifah sahabat penulis yang selalu ada di dalam kondisi apapun, terima kasih sudah saling menguatkan satu sama lain, saling mendengarkan keluh kesah satu sama lain, menciptakan kenangan dan pengalaman baik selama di Malang serta memberikan banyak do'a serta semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Keluarga Pals Safira Zahra R., Retno Dian Feby A., Alisa Dewanti, Nur Azizah, dan Intan Kurnia S., serta Putri Marta Linduwati yang selalu ada dalam kondisi apapun untuk penulis, memberikan banyak do'a, semangat dan dukungan kepada penulis. Bersyukur dapat dipertemukan dengan kalian di masa perkuliahan ini, menciptakan banyak kenangan indah dan pengalaman berharga selama di Malang.
11. Ridha Amelia, Nur Anisa, dan Dhea Ananda sahabat penulis berada di Kalimantan Selatan yang selalu memberikan semangat, dukungan serta do'a kepada penulis. Terima kasih sudah mau memberikan canda tawa walaupun hanya melalui online tapi membuat penulis terhibur.

12. Terakhir, seluruh rekan-rekan dan kerabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih selalu mendukung dan menguatkan serta mendoakan penulis dalam penyusunan scriptpreneur ini dari awal hingga akhir.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 8 Maret 2024

Penulis,



Gina Yulia Mawi



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 Pemasaran Jasa	6
2.1.3 E-commerce.....	9
2.1.4 Hotel	13
2.1.5 Okupansi (Tingkat Hunian Kamar)	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Kerangka Konseptual	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Lokasi Penelitian	23
3.3 Subyek Penelitian	23
3.4 Fokus Penelitian	24
3.5 Metode Pengumpulan Data	25
3.6 Metode Analisis Data	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
4.1.1 <i>Profile</i> Rayz UMM Hotel Malang.....	29
4.1.2 Struktur Organisasi Rayz UMM Hotel Malang	30
4.2 Analisis Hasil	30
4.2.1 Tantangan E-commerce untuk Meningkatkan Okupansi di Rayz UMM Hotel Malang	31
4.2.2 Efektivitas Penerapan E-commerce di Rayz UMM Hotel Malang	33
4.2.3 Manfaat E-commerce bagi Rayz UMM Hotel Malang.....	34
4.3 Pembahasan Efektivitas E-commerce untuk Meningkatkan Okupansi di Rayz UMM Hotel Malang.....	35
4.3.1 Tantangan E-commerce untuk Meningkatkan Okupansi di Rayz UMM Hotel Malang.....	35
4.3.2 Efektivitas Penerapan E-commerce di Rayz UMM Hotel Malang	38
4.3.3 Manfaat E-commerce bagi Rayz UMM Hotel Malang.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan penggunaan OTA Menurut Situs Online Reservasi Hotel di Indonesia Tahun 2020-2022	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Marketing Mix</i>	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rayz UMM Hotel Malang	30
Gambar 4.2 Diagram <i>Room Production Report</i> Rayz UMM Hotel Malang ...	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara.....	48
Lampiran 2: Transkrip Wawancara.....	50
Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian dan Pendukung serta Kegiatan Magang di Rayz UMM Hotel Malang.....	55



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Sofyan, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 11–16. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>
- Agin, Abduh dan Christiono Utomo. Pengaruh Tingkat Hunian Pada Keputusan Investasi Proyek Hotel Santika Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*. Vol.1 No.1. September 2012. Hal.93.
- Agus, Sulastiyono. (2006). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- 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).
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Angelya, A. A., Nurmalasari, Enggin Rios Saputra, Naziha Amani, Sukatin, & Mashudi Hariyanto. (2022). Pengorganisasian Dalam Manajemen Pendidikan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 97–105. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i3.856>
- Angipora, Marius P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryawan, I. W., & Ridwan, A. S. (2017). *Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Hunian Hotel*. 38–46.
- Basalamah, A. (2011). Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air. *Binus Business Review*, 2(2), 763. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i2.1222>
- Dkk, F. (2020). *Pengantar Bisnis (Perspektif Digitalisasi Bisnis)*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Fauziah, Pertiwi, W., Jasiyah, R., Sapinah, Alzah, S. F., Arifin, Z., Sudirman, A., Wardhana, A., Siregar, P., Ansari, & Hafipah. (2021). *Pengantar Bisnis (Perspektif Digitalisasi Bisnis)*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Comerse 2016 business, tecnology, sociey* (12th ed.). England: Britis Library Cataloguint-in.
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran. In *Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Marlina, A. (2020). STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB MASLAHAH PADA BANK JABAR BANTEN SYARIAH KANTOR CABANG BOGOR. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 8(2), 92. <https://doi.org/10.32832/moneter.v8i2.4822>
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke 36*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Pandi, W., Jatningsih, I. D., & Putra, E. S. (2022). Strategi Adaptasi Hotel Parama Su Dalam Meningkatkan Okupansi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 3(1), 22–31. <https://doi.org/10.36417/jpp.v3i1.446>
- Pidada, I. A. I. (2019). the Effectiveness of Online Marketing Using B2C and B2B At Movenpick Resort and Spa Jimbaran, Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 8(1), 15–23. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jbh/article/view/374>
- Putra, I. B. F. E., & Prianthara, I. B. T. (2019). Strategi Bisnis E-Commerce dalam Optimalisasi Tingkat Hunian Kamar Hotel dan Villa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 28–43.
- Putri, R. K. (2017). *Pengaruh Pemasaran Melalui E- Commerce Terhadap Hunian Kamar Pada Hotel Crystal Lotus Yogyakarta*.
- Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Rahma Devita, L. D. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), 49-56.
- Strauss, Frost. 2013. *E-marketing Seventh Audition*. Routhledge.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Sutrisno, E. Y., Cholih Hidayat, A., & Sutanto, A. (2023). *PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN PROPERTY MANAGEMENT SYSTEM DALAM KEGIATAN BISNIS PERHOTELAN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 The Use of E-Commerce and Property Management Systems for Hotel Business Activities in the 4.0 Industrial Era*. 17(1), 85–98.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy.(2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tsang, A. S. L., & Prendergast, G. (2009). Is a “star” worth a thousand words?: The interplay between product-review texts and rating valences. *European Journal of Marketing*, 43(11), 1269–1280. <https://doi.org/10.1108/03090560910989876>
- Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widani, N. M., Abiyasa, A. P., Sri Darma, G., & Fredy Maradona, A. (2019). Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 79. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i2.2042>
- Widiantara, I. M. (n.d.). STRATEGI BISNIS E-COMMERCE DALAM UPAYA MENINGKATKAN REVENUE PADA HOTEL GOLDEN TULIP ESSENTIAL DENPASAR. *Repository Politeknik Negeri Bali*, 1–10.
- Yani, N. W. D. A., Marian, N. W. R., & Purnantara, I. M. H. (2023). Dampak E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan Kamar Hotel. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(9), 2037–2046. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i9.542>
- Yunitasari, F. (2018). *PENGARUH DIMENSI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

THE EFFECTIVENESS OF E-COMMERCE TO INCREASE OCCUPANCY AT RAYZ UMM HOTEL MALANG

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.undiknas.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	2%
3	repository.stp-bandung.ac.id Internet Source	2%
4	jurnal.radenfatah.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

